entel

REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2020

índice

1 **Mensaje del gerente general** 3

2 **Principales resultados 2020** 5

3 **Sobre este reporte** 7

3.1. Grupos de interés 8
3.2. Temas materiales 10

4 **Nuestra empresa** 13

4.1. Nuestro propósito de marca 14
4.2. Servicios ofrecidos 14
4.3. Adhesiones institucionales 15
4.4. Premios y reconocimientos 15

5 **Nuestra comunidad** 16

5.1. Respuesta frente a la pandemia 18
5.2. ¨Señas que Conectan¨ 20
5.3. Alianza con ¨Enseña Perú¨ 21
5.4. ¨Héroes Entel¨ 21
5.5. ¨A propósito¨ 22
5.6. Vínculo con los medios de comunicación 23
5.7. ¨Conectados con el planeta¨ 24
5.8. ¨Reciclemos para Transformar¨ 24
5.9. Impacto ambiental 25

6 **Nuestros colaboradores** 27

6.1. Pilares culturales 29
6.2. Compromisos y liderazgo 29
6.3. Equidad y diversidad 31
6.4. Salud y seguridad en el trabajo 36
6.5. Prevención del hostigamiento 40
6.6. ¨*Engagement 2.0*¨ 40
6.7. Bienestar 41
6.8. Formación y desarrollo 43
6.9. Medición del desempeño 46
6.10. Innovación para el desarrollo 47

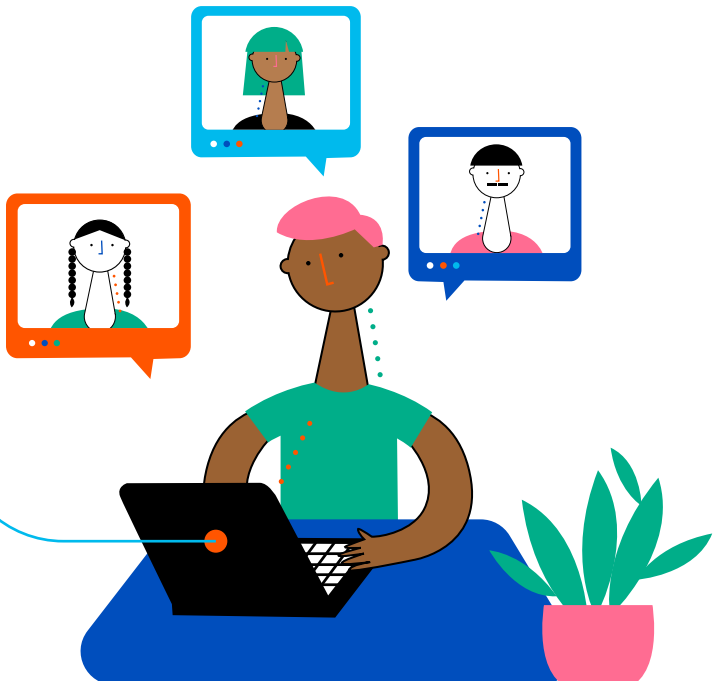
7 **Nuestros clientes** 51

7.1. Nuestros mercados 54
7.2. Canales de atención 57
7.3. Recomendación (NPS) 59
7.4. Infraestructura 61
7.5. Cumplimiento 63

8 **Nuestra organización** 65

8.1. Estructura 66
8.2. Prevención de delitos y auditoría 67
8.3. Gestión financiera 68
8.4. Ingresos económicos y distribución 70
8.5. Gestión con proveedores 72
8.6. Gestión de riesgos 73

9 **Índice GRI** 75



1

(GRI 102-14)

Mensaje del gerente general

A nuestros grupos de interés.

El año 2020 puso a prueba todos nuestros recursos y capacidades como grupo humano. El reto fue enorme para cada uno de los 2 297 integrantes de la familia Entel, quienes también construyeron sus propias historias: cada familia, cada proveedor y cada cliente nuestro ha sido marcado por un año que lo cambió todo.

Además de la grave crisis sanitaria, nuestro país se vio afectado por una continua crisis política que nos llevó a tener tres presidentes en una sola semana. Entre tanto, como resultado de estos sucesos, enfrentamos una contracción económica, una disminución del empleo formal y un aumento de la pobreza.

En este contexto, he sido testigo de los enormes esfuerzos realizados en las diversas áreas de nuestra organización a lo largo del año. Todos orientados a un mismo propósito: priorizar, por sobre todo, el cuidado de la salud de nuestros colaboradores, la confianza de nuestros usuarios y la calidad de nuestro servicio. Un despliegue relevante de de actividades y proyectos que desarrollaremos en el presente Reporte de Sostenibilidad.

Hemos aprendido a superar dificultades tomando decisiones oportunas para atender el presente y siendo responsables con el futuro. Hemos ganado mayor resiliencia y hemos aprendido a adaptarnos con mayor rapidez. Esto, gracias a los años de experiencia, escuchando y gestionando las expectativas de nuestros grupos de interés. Este año nos ha permitido afianzarlo e integrarlo como parte de nuestra cultura corporativa que apuesta por el desarrollo sostenible.

Como actores relevantes de nuestro sector, consideramos que la conectividad es un servicio esencial para el desarrollo de las personas y del país. El distanciamiento social lo confirmó con creces al ser imprescindible trasladar las oficinas, las aulas y toda interacción social al entorno virtual, para hacerlo todo desde nuestros hogares. Tanto el Estado como la ciudadanía y las empresas de telecomunicaciones hemos confirmado que sin la conectividad todo se detiene.

Así las cosas, el año 2020 -con todos sus retos, esfuerzos, aprendizajes y dolores- nos dejó un buen desempeño social, ambiental y financiero, enrumbado en lo planificado y cercano a los indicadores planteados antes del inicio de la pandemia.

Para terminar, agradecemos a nuestros Entel lovers por todo el esfuerzo realizado. Sobre todo en momentos en que nos hicieron confiar y llenarnos de orgullo en 2020 como los que siguen:

- El mensaje "La Generación del Bicentenario" en los celulares de todos nuestros clientes, marcando nuestra posición como empresa comprometida con el Perú.
- La sonrisa de nuestro equipo técnico que, en tiempo récord, pudo habilitar la Villa Panamericana y así conectar a más pacientes COVID-19 en el momento en el que más lo necesitaban.
- El "Plan Solidario" como un respiro en la economía de nuestros clientes.
- La tranquilidad de conversar con un familiar internado gracias al programa "Aquí estoy".
- Las miles de reprogramaciones y descuentos a clientes que necesitaban conectividad para superar la pandemia.
- El cuidado que pusimos en la salud de cada colaborador y sus familias, evitando así más contagios.
- El retorno a la presencialidad con la reapertura de nuestras tiendas; espacios para dar atención de calidad, como siempre.

Que todo lo aprendido nos sirva para ser mejores personas, mejores ciudadanos y mejores empresarios, apostando por el valor compartido, por un mejor país. Desde Entel reiteramos este compromiso a través de nuestro propósito, porque para transformar a la sociedad responsablemente, debemos ir más allá de sólo conectar personas. Queremos acercarlas a las infinitas posibilidades que nos da la tecnología, potenciando lo que las hace únicas. Para eso estamos aquí.

Gracias.

Ramiro Lafarga
Gerente General

Para información actualizada sobre nuestras iniciativas visite:

https://www.entel.pe/sala-de-prensa/
https://www.entel.pe/acciones-covid/

2

Principales resultados 2020

(GRI 102-7)

2 297 colaboradores

93 % colaboradores evaluados con desempeño satisfactorio o superior

87,9 % *engagement 2.0* con colaboradores

0 denuncias por hostigamiento

S/ 2 236 438 709,11 pago a proveedores

Abonados móviles

8,9 millones de abonados móviles

3,7 millones de abonados suscritos

+ 610 000 adiciones netas (+19,37%)

Unidades generadoras de ingresos en el hogar

179 542

-9 % vs 2019

1 045 304 líneas móviles migradas a Entel

S/ 2 920 179 315,15 ingresos

26,9 % participación en ingresos en la industria a diciembre del 2020

US$ 127,86 millones EBITDA

S/ 90 563 890,47 inversión

297,4 MHz espectro

4 412 infraestructura móvil (sitios)

2G: 3 693
3G: 3 972
4G LTE: 3 977

752 m² data centers

3 112 km Fibra óptical troncal en Lima y principales ciudades

1,7 millones de hogares en Lima con potencial servicio de tecnología inalámbrica y fibra óptica

4 460,18 tCO_2e huella de carbono

Sobre este reporte

3

El presente reporte contiene resultados de nuestro desempeño en materia económica, social y ambiental durante el periodo comprendido desde enero hasta diciembre de 2020. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción esencial de los estándares GRI.

Un aspecto fundamental en la elaboración del reporte de sostenibilidad radicó en la determinación de su contenido, presentando el enfoque de gestión y los resultados de los temas materiales referentes al desempeño de nuestra organización, que se consideran de relevancia tanto para nosotros como para los diferentes grupos de interés con los que interactuamos. Este proceso se llevó a cabo con el liderazgo de la Jefatura de Gestión de Reputación y Desarrollo Sostenible, contando con la asesoría de consultores externos, para garantizar la objetividad de la información presentada. Cabe mencionar que el contenido del presente reporte no cuenta con verificación externa.

En esta edición, a diferencia de las anteriores, presentamos data acumulada de los últimos 3 o 4 años, dependiendo de la disponibilidad. Esto permite a nuestros lectores comparar y evaluar el desempeño de los asuntos materiales de la organización.

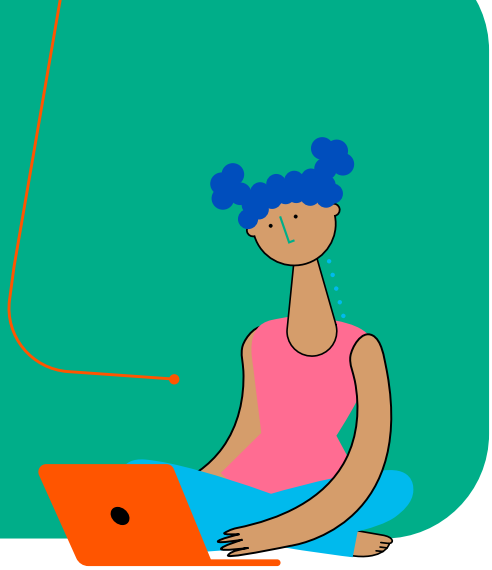
Nuestro reporte ha contemplado la experiencia cercana de personas que conforman nuestros grupos de interés. Consideramos que este recurso es necesario para comprender con claridad los principales impactos de 2020. Asimismo, permite que los grupos de interés comprendan el contexto de sostenibilidad en el que se desarrollaron nuestras acciones. Este resultado resume más de 10 horas de entrevistas emprendidas –específicamente- para la elaboración de nuestro Reporte de Sostenibilidad 2020. Las situaciones descritas se basan en experiencias reales. Se usan nombres ficticios para centrarnos en cada situación.

(GRI 102-10, 102-40, 102-42, 102-44, 102-43, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54)

(GRI 101, 102-40, 102-42, 102-44)

En Entel Perú reconocemos a nuestros grupos de interés como aquellas personas, grupos, organizaciones o instituciones que son impactados por nuestras operaciones, ya sea de manera positiva o negativa, mantienen algún tipo de relación legal, comercial, contractual, social o coyuntural con nosotros, o tienen la capacidad de influir en la continuidad de nuestro negocio.

A continuación, presentamos una caracterización de nuestros grupos de interés, además del mecanismo de diálogo y sus principales expectativas.



3.1 Grupos de interés, diálogo y expectativas

GRUPO DE INTERÉS	DEFINICIÓN	MECANISMO DE DIÁLOGO	FRECUENCIA DE DIÁLOGO	PRINCIPALES EXPECTATIVAS
Accionistas	Son quienes nos proveen de capital para invertir en la compañía.	Oficina de Relación con los Inversionistas (Chile)	Permanente	• Rentabilidad y retorno del capital • Estabilidad financiera • Transparencia en la información financiera
Colaboradores	Son personas que tienen una relación contractual con nosotros y desempeñan labores en la compañía.	Canales de comunicación interna, reuniones presenciales, reuniones de planeamiento, comité de empleados, encuesta de clima laboral canal de denuncias Intranet, e-mailing, paneles, Skype, grupos de WhatsApp.	Permanente	•Beneficios •Reconocimientos •Sueldos competitivos •Balance trabajo – familia •Transparencia sobre desempeño •Buen clima laboral •No discriminación •Horario de trabajo •Capacitación •Desarrollo profesional •Línea de carrera •Cuidado del medio ambiente
Proveedores y contratistas	Son quienes nos abastecen de bienes y servicios claves para que el negocio opere.	Licitaciones, cartas, e-mails, contacto directo	Permanente	•Contratación y continuidad de los contratos • Transparencia en los procesos de contratación, evaluación y pago •Recibir pagos rápidos y oportunos

GRUPO DE INTERÉS	DEFINICIÓN	MECANISMO DE DIÁLOGO	FRECUENCIA DE DIÁLOGO	PRINCIPALES EXPECTATIVAS
Clientes y usuarios	Los clientes son las personas que adquieren nuestros servicios, con quienes mantenemos un contrato. Los usuarios son quienes utilizan nuestros servicios de telecomunicaciones, independientemente de que sean los titulares de las líneas.	Call centers, tiendas, canales digitales, Apps Entel, redes sociales, Libro de Reclamaciones.	Permanente	•Beneficios, promo-ciones, mejores precios •Calidad del servicio, señal, cobertura •Buen servicio de post-venta •Seguridad de las antenas
Comunidad	Para Entel, la comuni-dad alcanza a todas las personas (clientes y no clientes) y organizaciones en donde operamos.	Canal de denuncias, seguimiento en medios y redes sociales	Permanente	•Atención de reclamos •Diálogo abierto y transparente
Estado	El Estado está representado por el gobierno central y los gobiernos locales, quienes nos dan un marco legal para operar, nos brindan las licencias de funcionamiento y a quienes rendimos cuentas sobre nuestro cumplimiento regulatorio.	Reuniones y espacios de diálogo, procesos de incidencia pública y negociación, solicitudes de información.	Permanente	•Calidad del servicio, señal, cobertura •Cumplimiento de normas vigentes y obligaciones legales •Uso del espectro
Competencia	La competencia está representada por las empresas de teleco-municaciones con quienes compartimos mercado.	Espacios gremiales, reuniones con reguladores.	Ocasional	•Competencia justa •Cumplimiento regulatorio
Medios de comunicación	Están representados por los medios de comunicación masivos que tratan temas de interés común para el país; y también por medios de comunicación especializados en tecnología. Con ambos compartimos notas de prensa, entrevistas e informa-ción sobre nuestra compañía y sobre la industria.	Conferencias de prensa, comunicados y notas de prensa, y comunicación directa. Eventos dirigidos a la prensa.	Permanente	•Acceso a información transparente y oportuna.

3.2 Temas materiales

(GRI 102-49)(102-44)(102-46)(102-47)

El proceso de materialidad nos ayuda a definir y ponderar los impactos de la empresa en el contexto de interés y al mismo tiempo considera las expectativas de los grupos de interés.
Esto nos permite una gestión más efectiva, así como identificar metas y prioridades para la planificación de actividades.

El proceso realizado se alinea a lo requerido por la norma AA1000SES de AccountAbility sobre el relacionamiento con grupos de interés, lo requerido por los estándares GRI y nuestra Política de Sostenibilidad. Las etapas desarrolladas son iguales a las emprendidas para la elaboración de nuestro reporte anterior y pueden ser revisadas en este documento público (Reporte de Sostenibilidad Entel 2019).

Los cambios para el presente reporte se describen a continuación:

Salud y Seguridad en el trabajo

El tema material Salud y seguridad en el trabajo se amplía teniendo en cuenta los nuevos alcances considerados en el estándar del mismo nombre en su versión 2018 según GRI.

Capacitación a los colaboradores y Desarrollo de los colaboradores.

Se divide el tema material Capacitación a los colaboradores en Capacitación a los colaboradores y Desarrollo de los colaboradores, que son abordados por el estándar GRI 404 en sus contenidos temáticos (específicos): GRI 404-1 Media de horas de formación al año por empleado y GRI 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional, respectivamente.

Respuesta frente a la pandemia

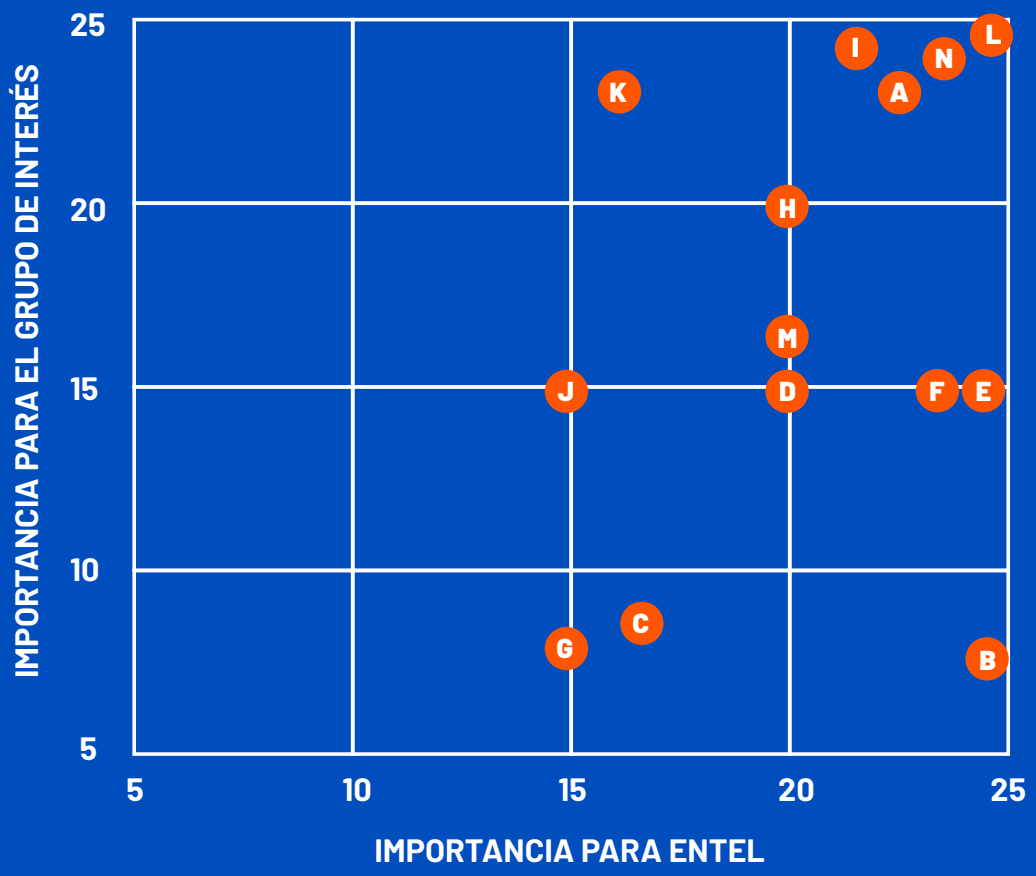
Se agregó el tema material Respuesta frente a la pandemia para contemplar el principal impacto de 2020, el enfoque de gestión de Entel Perú y los mecanismos para evaluar la disminución de este impacto.

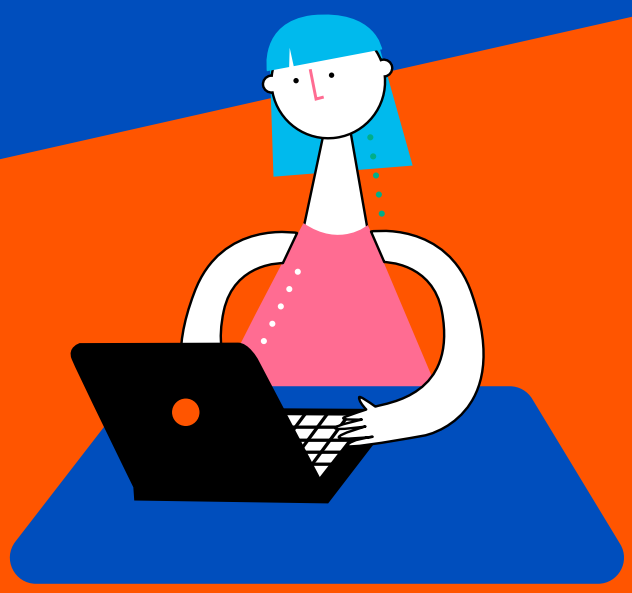
Temas Materiales

(GRI 102-46, 102-47)

	Tema material	Estándares GRI	Cobertura	Grupo de interés vinculado
A	Resultados financieros	GRI 201 - Desempeño económico 2016	Interna	Todos
B	Aporte al desarrollo del país	GRI 203-Impactos económicos indirectos 2016	Interna y externa	Todos
C	Desempeño ambiental y gestión de impactos ambientales	GRI 305-Emisiones 2016	Interna y externa	Todos
D	Calidad del empleo	Indicador propio - Entel 1: Calidad del Empleo	Interna	Colaboradores
E	Capacitación de los colaboradores	GRI 404-Formación y enseñanza 2016	Interna	Colaboradores
F	Desarrollo de los colaboradores	GRI 404-Formación y enseñanza 2016	Interna	Colaboradores
G	Salud y seguridad de los colaboradores	GRI 403-Seguridad y salud en el trabajo 2018	Interna	Colaboradores
H	Diálogo y relacionamiento con comunidades	GRI 413-Comunidades locales 2016	Interna y externa	Comunidad
I	Satisfacción de los clientes	Indicador propio - Entel 4: Satisfacción de nuestros clientes	Interna y externa	Clientes
J	Gestión de las radiaciones no ionizantes	GRI 416-Salud y seguridad de los clientes 2016	Interna y externa	Clientes, comunidad, Estado y reguladores.
K	Cumplimento regulatorio	GRI 419-Crecimiento socioeconómico 2016	Interna y externa	Clientes, Estado y reguladores.
L	Calidad del servicio	Indicador propio - Entel 2: Calidad del servicio	Interna y externa	Clientes, Estado y reguladores.
M	Gestión con medios de comunicación	Indicador propio - Entel 3: Gestión con los medios de comunicación	Interna y externa	Medios de comunicación
N	Respuesta frente a la pandemia	Indicador propio - Entel 5: Respuesta frente a la pandemia	Interna y externa	Clientes, colaboradores, proveedores y Estado.

Cuadro de materialidad





(GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7)

Nuestra empresa

4

Victoria tiene 5 años en Entel y ha visto a la empresa cambiar cada año. Pero nada había sido tan drástico ni tan inesperado como el 2020. Había dormido apenas tres horas pero ya debía estar atenta a la primera de una larga serie de reuniones.

"¿Cuánto tiempo durará la cuarentena?" -pensaba casi en voz alta.
-¡Hola! ¿Victoria? ¿Me escuchas? ¿Me oyes?

A veces parecía que su laptop tenía independencia propia y que empezaba reuniones en todo momento. Desde la instalación del Comité de Crisis, tuvo un rol clave para asegurar la continuidad de la operación, no solo por su puesto y el de su equipo sino por millones de personas que necesitaban estudiar, trabajar, hablar y acercarse de manera virtual para no sentirse tan solas.

Una de sus preocupaciones más relevantes es cuidar a los clientes que son pequeñas y microempresas afectados directamente con una baja repentina en sus ventas. ¿Cómo pagarán sus recibos? ¿Qué podemos hacer para no ser un problema sino una solución?

Estas preguntas fueron debatidas en el Comité de Crisis todos los días durante los tres primeros meses. Desde el domingo 15 de marzo, con el anuncio de la primera cuarentena que empezaba unas horas después, más de 30 altos ejecutivos, entre los que se encontraba Victoria, liderados por el gerente general, empezaron a decidir qué hacer.

Llegamos a Perú en 2014 con una propuesta innovadora y disruptiva creada gracias a la trayectoria de nuestra casa matriz, Entel Chile, que reúne 56 años de experiencia en el campo de las telecomunicaciones. Cada año, nuestra estrategia se ha adaptado a los diversos cambios de la sociedad y a los diferentes modos de trabajar, siendo el factor común la transformación positiva y el compromiso con cada uno de nuestros grupos de interés.

4.1 Nuestro propósito de marca

Entel potencia lo que te hace distinto, acercando las infinitas posibilidades que da la tecnología para poder transformar responsablemente la sociedad.

(GRI 102-2)

4.2 Servicios ofrecidos

- Telefonía móvil, prepago y postpago
- Telefonía fija con tecnología móvil
- Banda ancha fija inalámbrica (BAFI) con tecnología fija
- *Roaming* internacional
- Mensajes de texto masivos

En 2020, hemos consolidado, entre las soluciones a medida, el portafolio de soluciones de negocio, innovando con algunos nuevos servicios que potencian el uso de las herramientas de colaboración basadas en GSuite y Microsoft Office 365. También, para Pymes ofrecemos MiTienta Entel, una plataforma que permite tener una tienda virtual. Los servicios de conectividad m2m (machine to machine) han recibido una buena aceptación, sumándose al crecimiento que tenemos en soluciones Iot (Internet de las cosas) específicamente en los sectores agroindustria, pesca y *utilities* (empresas de luz, agua, gas).

(GRI 102-12, 102-13, 102-16)

4.3 Adhesiones institucionales

- Asociación Nacional de Anunciantes (ANA)
- Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria
- Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN)
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Peruano Chilena
- Patronato Perú 2021
- Pacto Mundial de las Naciones Unidas
- Global System for Mobile Communication Association
- Miembros de la Red de Empresas y Discapacidad

4.4 Premios y reconocimientos

A lo largo del año y debido a la coyuntura, desistimos de participar en galardones relacionados al campo del marketing y la publicidad. Sin embargo, continuamos con procesos que se iniciaron antes de la declaración de la cuarentena y relacionados con la responsabilidad social. Estos son:

merco

Por quinto año consecutivo, fuimos considerados la operadora con mejor reputación del sector en Perú. Asimismo, somos la única compañía de telecomunicaciones en el top 20 del ranking general, donde nos ubicamos en el puesto número 12, cuatro posiciones más arriba que en 2019. Además, Merco incluyó ese año el ranking de empresas con mayor "compromiso y responsabilidad durante la pandemia", en el que nos ubicamos dentro del Top 10.

merco RESPONSABILIDAD Y GOBIERNO CORPORATIVO

De la misma manera, por quinto año consecutivo, somos la operadora más responsable y con mejor gobierno corporativo del Perú. Ocupamos el puesto 20, subiendo 13 posiciones en comparación con 2019.

merco TALENTO

Logramos posicionarnos en el primer lugar del ranking de la industria de telecomunicaciones y en el número 17 del listado general. Un ascenso de 24 posiciones con respecto a 2019.

merco EMPRESAS Y LÍDERES

Ramiro Lafarga, nuestro gerente general, ocupa el puesto 41 en este ranking, que reconoce a los líderes empresariales mejor valorados en el Perú, subiendo 28 puestos en comparación con 2019.

IZO BEST CUSTOMER EXPERIENCE

Nuevamente fuimos reconocidos por ofrecer la mejor experiencia de cliente en el sector telecomunicaciones en Perú e Iberoamérica, según la consultora IZO.

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Entel logró, por cuarto año seguido, este distintivo que otorgan Perú 2021 y el Centro Mexicano de Filantropía a las empresas que cuentan con un claro compromiso con la sostenibilidad en sus prácticas socioambientales.

Concurso Buenas Prácticas Laborales

Obtuvimos el segundo puesto en la categoría "Promoción del equilibrio trabajo - familia" de mediana y gran empresa.

Nuestra comunidad

5

(GRI 102-11, 203-2, 413-1, Entel 5: Respuesta frente a la pandemia)

A Pedro nunca le gustó depender de nadie. A sus 28 años, había tenido que enfrentarse a diversos obstáculos. Algunos, resultado de la discriminación. Otros, de la ignorancia. Pensaba que en ambas cosas era lo mismo y no le faltaban argumentos. Ser una persona sorda implica desplazarse constantemente como un continuo extranjero en tu propio país. Todas las colas, servicios, personas y compatriotas no conocen tu idioma. Desde sacar tu DNI hasta comprar un pasaje de bus, hacer preguntas o mantener un diálogo en vez de tender un puente, podía volverse un obstáculo.

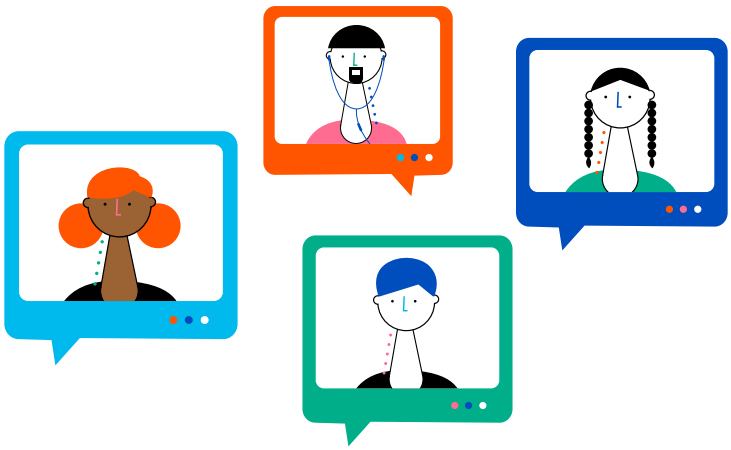
Con esta actitud cotidiana salió de su casa rumbo a la tienda de Entel en MegaPlaza. Según su web, ahí hay colaboradores capacitados en lengua de señas. Estaba preparado para dedicarle a esta simple tarea unas 3 o 4 horas. Lo que a una persona sin discapacidad auditiva le tomaría 30 o 45 minutos.

Nuestra gestión de sostenibilidad está orientada por nuestra Política de Sostenibilidad, que fue publicada en 2019 y revisada en 2020. A lo largo de este último año, incluimos nuestra política dentro de los temas de capacitación en inducciones y reinducciones. Además la difundimos con correos internos, cajas de luz en las sedes corporativas y publicaciones en LinkedIn y Workplace.

Principios de nuestra Política de Sostenibilidad

Principio	Descripción
Ética e integridad	Todas las decisiones y acciones son tomadas de buena fe, respetando a nuestras principales audiencias involucradas y a nuestros pilares corporativos.
Buen gobierno corporativo	Nuestros órganos de gobierno toman las decisiones estratégicas del negocio de manera transparente, equitativa y velando por el bienestar de nuestros accionistas y grupos de interés.
Respeto a los derechos humanos	Respetamos los derechos humanos, con especial énfasis en la cadena de suministro, rechazando el trabajo forzoso, infantil y todo tipo de discriminación.
Crecimiento sostenible con el entorno	Fomentamos buenas prácticas de responsabilidad ambiental y social, velando porque los proveedores y clientes operen bajo los principios de la ética, respeto a los derechos humanos y cuidado del medio ambiente.
Transparencia	Buscamos las mejores prácticas de libre mercado y fomentamos la libre competencia.
Diversidad e inclusión	Desarrollamos un marco favorable de relaciones laborales basado en la igualdad de oportunidades, la no discriminación y el respeto a la diversidad.
Comunicación interna y externa	Comunicamos la gestión socialmente responsable con los grupos de interés internos y externos generando espacios de consulta para atender sus expectativas, opiniones y necesidades.

Ver Política de sostenibilidad



5.1 Respuesta frente a la pandemia

(Entel 5: Respuesta frente a la pandemia)

Desempeñamos nuestro negocio en un sector clave para la economía peruana. Desde hace varios años, el crecimiento de las telecomunicaciones ha sido exponencial. Por mencionar un ejemplo, en 2019, en Perú tuvimos 39 millones de líneas activas, cifra que bordeaba los 23 millones en 2009. Otro dato relevante es la cantidad de datos que se vienen multiplicando cada año. Es en este contexto en el que aparece la pandemia del COVID-19. Si bien el principal, y más grande impacto, ha sido en la salud de las personas, esta pandemia tuvo más repercusiones. Desde estudiar en casa, realizar trabajo remoto o comprar desde el celular hasta recibir atención médica por videollamada o simplemente escuchar la voz de tus familiares. El COVID-19 cambió nuestra manera de vivir y comunicarnos.

En Entel Perú consideramos que el servicio que ofrecemos es un servicio esencial que permite asegurar la calidad de vida de nuestros clientes y la resiliencia de la economía en nuestra sociedad. No resulta exagerado afirmar que hoy nuestra vida laboral, educativa y afectiva está siendo soportada por las redes de telecomunicaciones.

Nuestro sistema de gobernanza, la estructura de toma de decisiones, activó el Comité de Crisis con la participación de 10 a 20 altos ejecutivos para evaluar continuamente la salud de los colaboradores, la normativa reciente, los impactos en la organización y un indicador muy relevante, el consumo de la red. Si bien en un primer momento este indicador tuvo un incremento de hasta 60 %, semanas después se estabilizó, siendo el aumento en el tráfico de voz lo más destacable. Conforme avanzaba la cuarentena las personas empezaron a usar más las llamadas de voz para comunicarse.

Nuestra respuesta frente a la pandemia se centró en la atención de los siguientes aspectos:

1. Colaboradores
2. Clientes personas
3. Clientes empresas
4. Proveedores
5. Comunicación institucional
6. Gobierno

Para cada uno se establecieron equipos de trabajo y acciones concretas de pronta atención. El seguimiento se realizó a diario entre los meses de marzo y junio, reduciéndose, al final de 2020, a reuniones quincenales.

La descripción de las acciones se realizará en los capítulos respectivos. En lo referente a las actividades relacionadas con la comunidad, trabajamos con diversos actores, entre los que podemos destacar:

Conectividad en la Villa Panamericana (ESSALUD)

El día 30 de marzo se puso en funcionamiento el centro de salud más grande para la atención de pacientes COVID-19 en Perú. La Villa Panamericana fue adaptada para recibir a más de 3 000 pacientes y 850 trabajadores de salud. Una concentración tan alta de personas demanda un alto consumo de voz y datos. En Entel nos comprometimos con este nuevo espacio y, desde el primer día, realizamos las adaptaciones y mejoras tecnológicas necesarias para proveer señal de calidad y amplitud de señal para el uso eficiente de todos los equipos de telecomunicaciones.

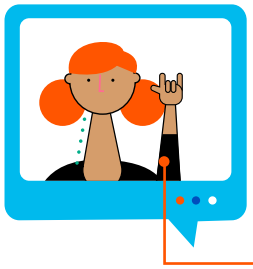
Aquí estoy (MINSA)

En mayo diseñamos y desplegamos "Aquí estoy". Un proyecto enfocado en reducir la distancia entre los pacientes en aislamiento por el COVID-19 y sus familiares. De esta manera, los pacientes y médicos tratantes se conectaron a través de videollamadas con los familiares, generando así un flujo de información rápido, personal y seguro.

En la ejecución contamos con el apoyo del Ministerio de Salud, con quienes firmamos un convenio. "Aquí estoy" se implementó en cuatro hospitales de Lima y Arequipa: Cayetano Heredia, Ate, Honorio Delgado e Hipólito Unanue. Entregamos más de 50 celulares y tablets, logrando hacer un total de 800 llamadas telefónicas y 160 videollamadas. Ello generó más de 412 GB de datos (equivalente a 1 030 horas de videollamadas) y más de 1 600 horas de llamadas.

Conexión gratuita para el personal de salud del MINSA

En todo el país existen alrededor de 692 puntos de atención bajo la administración del Ministerio de Salud. En todos ellos hemos ofrecido comunicación y datos ilimitados al personal de salud para optimizar su labor. Iniciamos este proyecto desde el primer día de la cuarentena (16 de marzo) y estuvo vigente durante el estado de emergencia de 2020.



SEÑAS QUE CONECTAN
(ENTEL)

Empezamos en 2018 con el firme propósito de derribar barreras de comunicación. En los últimos años hemos aprendido y nos hemos capacitado en un nuevo idioma. De esta manera podemos atender mejor a todos nuestros clientes sordos y conectar a toda nuestra comunidad. Además de la capacitación en lengua de señas peruanas, "Señas que conectan" ha implicado la mejora de nuestros procesos de atención, venta, quejas y reclamos de clientes sordos.

Tras varias ediciones realizando entrenamientos presenciales, en 2020 tuvimos que adaptar nuestras capacitaciones y metodología al entorno virtual. A pesar del reto, alcanzamos un mayor número de colaboradores capacitados y tiendas disponibles para clientes sordos. Estas capacitaciones tomaron un total 64 horas distribuidas en un programa de 16 semanas de duración.

Asimismo, en 2019 nos sumamos a la Red de Empresas y Discapacidad de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), agrupación que promueve la inclusión de las personas con discapacidad y se compromete a evitar cualquier tipo de discriminación, estereotipos o prejuicios en contra de todos los colaboradores que laboren en la empresa.

Número de personas capacitadas y tiendas por año

Grupo	Año	Cantidad de Capacitados	Tiendas
Colaboradores	2018	8	5
	2019	16	5
	2020	22	10
Agentes de seguridad	2019	28	28

Desde 2014, nuestra alianza con "Enseña Perú" impacta directamente en la mejora de la educación. Entel Perú colabora directamente en el desarrollo de soluciones para una educación de calidad en las zonas con mayores brechas. En 2020, nuestro aporte ayudó a adaptar la experiencia de "Enseña Perú" a la educación a distancia.

En 2020 realizamos la donación de S/ 120 000,00 a "Enseña Perú". Además, en los meses de junio y septiembre realizamos "Profe por un día" con reconocidos profesionales que compartieron sus experiencias con la comunidad. Contamos con la participación de Jesús Veliz, periodista de tecnología, y con el Dr. Modesto Montoya, físico nuclear y divulgador científico. Ambos invitados compartieron con más de 180 estudiantes, docentes y padres de familia.

Como aliados de "Enseña Perú", respaldamos el proceso de adaptación de sus labores a la llamada "nueva normalidad" con el seguimiento remoto de calidad a los estudiantes, los procesos de capacitación específica para docentes y la participación en espacios masivos como "Aprendo en Casa". Felicitamos la labor que han realizado los 125 profesionales de "Enseña Perú" y sus más de 6 mil estudiantes.

Nuestro programa de voluntariado empresarial "Héroes Entel" continuó, en menor medida, sus labores planificadas para 2020. Debido a las regulaciones sobre la reunión de personas y el distanciamiento social obligatorio se tuvieron que limitar diversas acciones.

Sin embargo, previo al inicio de la primera cuarentena realizamos acciones de limpieza de playas. Esto se desarrolló durante el verano, en las ciudades de Lima, Trujillo y Talara, reuniendo a 37 colaboradores voluntarios.

Con el inicio de la pandemia, pusimos a disposición de diversas organizaciones sociales nuestras plataformas internas. Esto, con el objetivo de comunicar sus iniciativas y colectas en donde nuestros colaboradores podían ayudar con donaciones económicas o materiales.

Estas organizaciones son Cáritas del Perú, Techo, Enlazando, Fe y Alegría, Municipalidad de Lima, Aldeas Infantiles, Teletón, Perú Champs y Juguete Pendiente. Esta última obtuvo una recaudación de S/ 6 125,00 por parte de nuestros colaboradores.

Escúchanos aquí

En el mes de junio, como consecuencia de la pandemia, nos cuestionamos sobre cómo podríamos hacer llegar los temas de sostenibilidad a todos nuestros grupos de interés. Entre muchas ideas que se nos ocurrieron, nació la idea de un podcast, un formato cuyo auge explosionó en 2020.

Nuestro podcast es el resultado de nuestro compromiso por compartir información y experiencias en el campo de la sostenibilidad de manera sencilla, lúdica y amena. Sus contenidos son gestionados por los miembros del Área de Gestión de Reputación y Desarrollo Sostenible de Entel, quienes también son sus conductores.

El título "A propósito" se refiere al objetivo del programa: promover que nuestros oyentes encuentren un propósito que impacte de manera positiva en el planeta. Nuestro podcast fue lanzado en el mes de julio en las plataformas de Spotify y Apple Podcast, y a lo largo de su primer año presentó 16 episodios de 20 minutos de duración en promedio. Al cierre de 2020 tuvimos 1253 reproducciones.

Nuestra incursión en el universo de los podcasts se completó con las celebraciones en el día internacional del podcast. En esta fecha presentamos el webinar: Podcast, la herramienta de comunicación con potencial para crear líderes. Con la participación de Bruno Ortiz, editor de ciencias y podcaster de El Comercio, Marco Sifuentes, periodista y creador de La Encerrona y nuestra conductora del podcast, Rosa Bonilla.

Episodios por temporada

Temporadas 2020	Episodio
Primera temporada	• ¿Qué tan sostenibles somos? • La huella de los alimentos • Discapacidad e inclusión • Rapeamos contra el sexismo • Cancelamos palabras sexistas
Segunda temporada	• ¿Cómo empiezo a tener una vida saludable? • ¿Qué posición deberíamos de tener frente al feminismo? • ¿Qué son los ODS? • Adopción responsable de mascotas • Energías limpias y sostenibles
Tercera temporada	• Conversamos sobre liderazgo con Ramiro • Canciones que debemos desaprender • Test AproPoust • Ciudadanos con propósito • Expresiones para desaprender 2 • Navidad más sostenible

Vínculo con los medios de comunicación

Nuestra estrategia de identificación de expectativas con el grupo de interés comunidad pasa por una adecuada gestión del vínculo con los medios de comunicación. Como lo describimos en nuestro Reporte de Sostenibilidad 2019, debido al amplio alcance que tiene nuestra empresa en todo el territorio peruano, es altamente complejo emprender acciones de vinculación directa con los cientos de miles de grupos de personas que se sienten impactados por nuestra actividad. Por ello recurrimos a los medios y líderes de comunicación. De esta manera establecemos prioridades a partir de la percepción y opinión de los profesionales especializados en dar cobertura a las principales noticias.

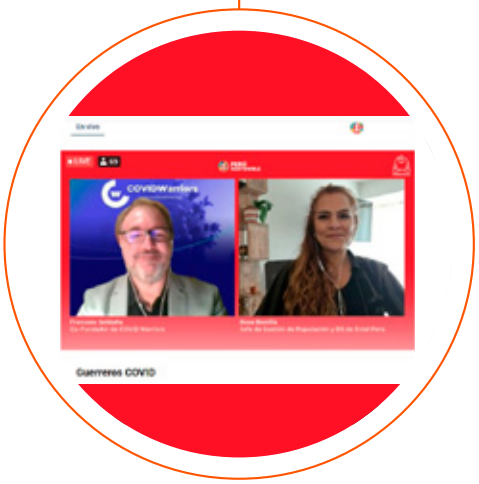
Desde el inicio de la cuarentena, nos esforzamos por mantener informados a los medios de comunicación sobre los cambios en la normativa y las acciones voluntarias que tomamos para enfrentar esta nueva situación. Todo esto con el objetivo de que sea retransmitido a nuestra comunidad y todos los grupos de interés.

Debemos hacer una mención particular sobre el esfuerzo colectivo de diversas empresas de telecomunicaciones, quienes establecimos pautas conjuntas de comunicación y acciones directas con líderes de medios. Esto nos permitió sincronizar esfuerzos y brindar más información a todo nuestro público. La Asociación para el Fomento de la Infraestructura Nacional (AFIN), de la cual Entel Perú es parte, fue la encargada de esta labor con el apoyo de todas las áreas de comunicaciones. Esta organización también mantuvo reuniones con diversos actores del Estado para solucionar los diversos problemas que surgían día tras día.

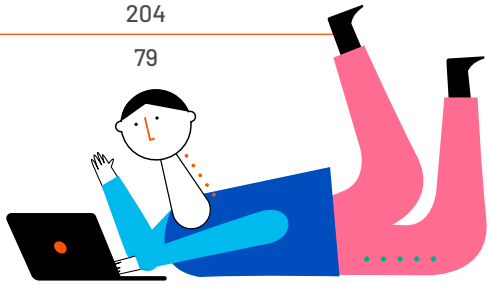
A continuación una lista de los principales temas abordados en las primeras semanas de la cuarentena:

- Conectividad en la Villa Panamericana.
- Aseguramos la conectividad total para todos nuestros usuarios.
- Entel habilita SMS gratuitos a nivel nacional y Microsoft TEAMS para teletrabajo.
- Duplicamos la cantidad de asesores atendiendo vía WhatsApp.
- Cuarentena: Entel facilita acceso a webs de utilidad durante el estado de emergencia.
- Entel impulsa proyecto de videollamadas entre familiares y pacientes COVID-19.

En 2020, nuestras apariciones en medios disminuyeron en un 33 % con respecto al año anterior. En lo referente a las menciones positivas y neutras representaron un alto 84,8 % del total. No obstante, ligeramente menor a la de 2019 (90,8 %). De similar manera, nuestras apariciones con temas vinculados a la sostenibilidad representaron el 4,7 % del total de apariciones. Número menor al 8,1 % del año 2019. Estos impactos deben entenderse en el contexto social y sanitario de 2020.



	Menciones positivas	Menciones neutras	Menciones negativas	Total de menciones	Publicaciones sobre temas de sostenibilidad
2017	1 139	773	162	2 074	145
2018	1 797	682	125	2 604	365
2019	1 575	723	233	2 531	204
2020	993	439	257	1 689	79



Conectados con el PLANETA

Con el obligatorio traslado a la educación remota de universidades e institutos, nuestro programa de uso de energía solar para la recarga de aparatos electrónicos tuvo el mayor de los impactos. "Conectados con el planeta" venía funcionando desde el año 2015 con resultados anuales cada vez mejores, retirando 8,54 toneladas de CO2 del ambiente de manera pasiva.

Esperamos reactivar nuestro proyecto cuando las autoridades permitan el retorno a los 37 espacios educativos en los que participamos en Lima, Piura, Ica, Chiclayo e Iquitos.

A continuación, presentamos el desempeño de nuestro proyecto del 1 de enero al 15 de marzo del 2020.

Año	Estaciones	T CO_2 / Año
2015	24	0,79
2016	44	1,45
2017	56	1,84
2018	62	2,04
2019	62	2,00
2020	62	0,42

RECICLEMOS para TRANSFORMAR

La masiva adaptación al trabajo remoto también tuvo un impacto directo en nuestro sistema de recolección de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE). Esto se debió a que la gran mayoría de nuestros contenedores se ubican en empresas y organizaciones cuya principal afluencia era (hasta marzo) de trabajadores. De igual manera, las empresas operadoras con las que trabajamos detuvieron sus labores en marzo, reactivándose en agosto.

Reciclemos para transformar ha recolectado 211,6 toneladas de RAEE sobre las cuales se hizo una disposición adecuada según la ley ambiental vigente.

KG

Año	Toneladas	Puntos de reciclaje
2016	96,0	-
2017	30,4	-
2018	66,3	65
2019	12,7	134
2020	6,25	151

Año	Organizaciones participantes
2017	35
2018	33
2019	39
2020	45

(GRI 305-1, 305-2, 305-3, 102-48)

Impacto ambiental

Nuestra gestión ambiental tiene como principal documento nuestra Política de Sostenibilidad, que se ejecuta a través de mediciones sobre nuestro impacto, manteniendo un comportamiento corporativo responsable con el medio ambiente y capacitando a nuestros colaboradores.

Consumo de agua y energía

Tipo	2020
Consumo total de agua de las sedes: Plaza República, TPR, San Borja y Miraflores[1]	50,02 megalitros
Consumo total de energía dentro de la organización	18 680 MWh

En Entel estamos comprometidos con la reducción de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y la medición de nuestra huella de carbono. Desde 2016 realizamos anualmente esta medición, siguiendo los principios de la norma ISO 10464-01 y el protocolo de GEI (GHG *Protocol*). Realizamos los cálculos bajo las metodologías mencionadas, siguiendo las directrices para la elaboración de inventarios nacionales del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC).

Con la implementación del trabajo remoto, observamos que los impactos ambientales fueron trasladados a los hogares. En este nuevo escenario, realizamos las adaptaciones metodológicas para hacer la medición de nuestra huella de carbono en las casas de nuestros colaboradores. Esto nos permitió medir de manera fiable el ahorro en la emisión de gases de efecto invernadero.

Nuestro cálculo de la Huella de Carbono Corporativa 2020, incluye los siguientes gases: dióxido de carbono (CO_2), metano (CH_4) y óxido Nitroso (N_2O). Las tasas del Potencial del Calentamiento Global (PCG) fueron extraídas del Quinto Informe de Evaluación del IPCC (*IPCC Fifth Assessment Report* - AR5). También, aplicamos el enfoque de control operacional para delimitar la cuantificación de GEI.

Como resultado, se obtuvo una huella de carbono de 4 460,18 tCO_2e, correspondiendo el 13,1 % a las emisiones del alcance 1; 64,91 % a las emisiones del alcance 2 y 21,87 % a las emisiones del alcance 3. Estos resultados no pueden ser comparados a años anteriores debido al cambio en el consumo eléctrico producido el trabajo remoto.

[1] No incluye la sede Olguín

Huella de carbono 2020

Alcances	Toneladas (tCO_2eq)	Porcentaje
Alcance 1: Emisiones directas	589,21	13,21 %
Transporte de vehículos propios	480,82	10,78 %
Generadores eléctricos	81,22	1,82 %
Aire acondicionado	26,48	0,59 %
Extintores	0,69	0,02 %
Alcance 2: Emisiones por consumo de electricidad	2 895,24	64,91 %
Consumo de electricidad	2 895,24	64,91 %
Alcance 3: Emisiones indirectas	975,73	21,87 %
Desplazamiento del personal al trabajo	478,20	10,72 %
Viajes en avión	235,27	5,27 %
Generación de residuos	113,40	2,54 %
Consumo de papel y cartón	105,43	2,36 %
Servicio de taxis	23,99	0,54 %
Consumo de agua	17,21	0,39 %
Mensajería	1,91	0,04 %
Consumo de electricidad - trabajo desde casa	0,25	0,01 %
Viajes terrestres nacionales	0,07	-

En términos generales, nuestro desempeño anual ha sido positivo, reflejándose en una reducción continua por encima del 2 % de nuestra huella de carbono. Esto quiere decir que, año tras año, hemos disminuido nuestra huella de carbono, siendo la reducción más importante la producida entre 2017 y 2018 con una con una disminución 12,87 %. En este análisis debemos considerar la medición de 2020, que considera los impactos del trabajo remoto y determina una disminución de -51,56 % con respecto a 2019.

En este análisis debemos considerar la medición de 2020 que considera los impactos del trabajo remoto y determina una disminución de -51.56% con respecto a 2019.

Distribución porcentual por alcances y años

Año	Alcance 1	Alcance 2	Alcance 3	Total (tCO_2eq)	Variación (tCO_2eq)	Variación %
2016	30,4 %	19,9 %	49,7 %	11 755,93	11 755,93	-
2017	27,5 %	30,0 %	42,5 %	11 470,64	- 285,29	- 2,43 %
2018	30,8 %	29,4 %	39,9 %	9 994,87	-1 475,77	- 12,87 %
2019	32,0 %	31,9 %	36,2 %	9 208,45	- 786,42	- 7,87 %
2020	13,2 %	64,9 %	21,9 %	4 460,18	-4 748,27	-51,56 %

6

(GRI 102-8, Entel 1: Calidad del Empleo)

Nuestros colaboradores

María Isabel había conseguido empleo en plena pandemia. "Una buena noticia, a diferencia de lo que el país vivía", era su reflexión recurrente mientras iba mirando las oficinas de Entel de San Isidro vacías, un día en el que llegó para asistir a una necesaria reunión presencial. María Isabel vivía con sus padres y, desde hace 8 meses, no salía de casa con otro destino diferente al mercado, la farmacia o el banco. "Era raro tener una reunión. Lo que antes era cotidiano, ahora es raro", pensó mientras acomodaba su careta y mascarilla para luego limpiar sus manos con alcohol.

Cuando llegó a Plaza República, el edificio de Entel Perú, cayó en cuenta de que nunca había entrado. Los ascensores con eficiencia energética eran una señal de una época en la que ingresaban miles de personas todos los días. En la inducción había visto fotos del edificio y de los espacios de trabajo. Todo se mantenía relativamente igual y listo para el postergado regreso.

María Isabel llegó a la reunión y unos minutos después llegó su asistente. Ambas son ingenieras de telecomunicaciones y debían revisar la instalación de una antena para asegurar la conectividad y la comunicación de muchas personas. Juntas habían tenido cientos de reuniones y conversaciones. Realmente se conocían muy bien. Pero entre ambas siempre hubo una pantalla. Era la primera vez que se veían en persona.

El valor de una empresa está en las personas que la integran, sobre todo en las capacidades y aspiraciones de ellas. Los colaboradores son el pilar del negocio y su gestión es un foco estratégico de la compañía. Por eso, una de nuestras principales preocupaciones es ofrecer a los trabajadores un entorno laboral en donde las oportunidades se basen en el mérito, sean apoyados en su crecimiento continuo y se fortalezca su vínculo con Entel. Nos comprometemos a propiciar un trato respetuoso y justo en la organización y proteger los derechos fundamentales de nuestros colaboradores. Como organización involucrada en el desarrollo, estamos en contra de la discriminación y valoramos la diversidad en todas sus formas.

En 2020 nuestro principal foco de atención fue cuidar la salud. En Entel Perú emprendimos acciones y programas para mantener un equipo saludable en todas sus aristas, desde la parte física hasta la parte mental y la parte emocional. Este y todos los procesos relacionados con nuestros colaboradores, es liderado por la Gerencia Central de Capital Humano.

El nuevo escenario nos planteó el reto de trasladar todos nuestros procedimientos al trabajo remoto. De esta manera reclutamiento, selección, inducción, capacitación, evaluación, beneficios, entre otros, pasaron a la modalidad remota o virtual.

Desde el comienzo de la pandemia, se definieron dos ejes de trabajo: el cuidado de las personas y el aseguramiento de la continuidad operacional del negocio. Con ese fin, rápidamente tomamos una serie de medidas, como la compra de insumos de protección, el diseño de protocolos sanitarios y el aumento del trabajo remoto. Para hacer frente a la incertidumbre, mantuvimos una comunicación transparente y fluida con nuestros equipos a través de canales multidireccionales.

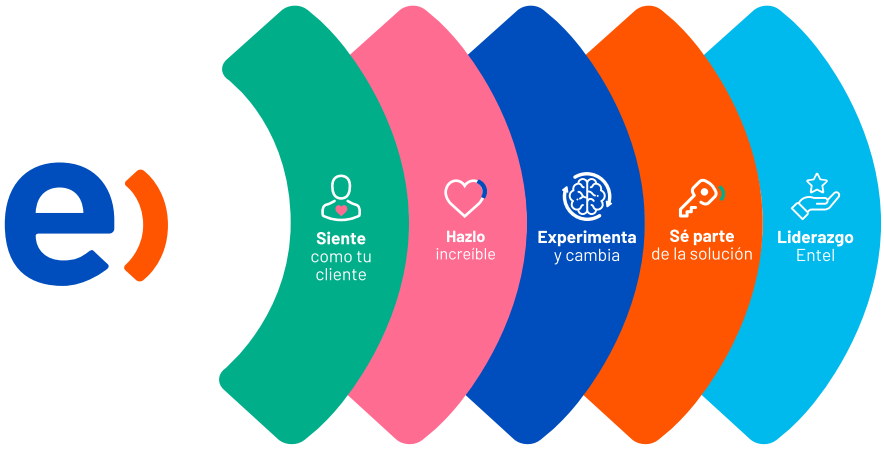
Todo esto implicó un cambio profundo en la forma en que coordinamos, nos reunimos, lideramos y colaboramos unos con otros, en un contexto de incertidumbre y con la exigencia de compatibilizar nuestras responsabilidades laborales con otros roles en forma simultánea. En estas nuevas circunstancias, fuimos capaces de mantener el trabajo en equipo, la motivación y el compromiso en alto.

Todo esto fue posible gracias a nuestro enfoque en nuestros pilares culturales y propósito de marca.

6.1 Pilares culturales

(GRI 102-16)

Nuestra cultura corporativa está basada en los pilares culturales de Entel, que dan un sentido y guían el trabajo que cada integrante de la compañía realiza a diario.



6.2 Compromisos y liderazgo

(GRI 102-16)

La expresión de estos pilares se encuentra en nuestros compromisos organizacionales, que son asumidos por todos quienes formamos parte de Entel Perú. Estos compromisos nos ayudan a preservar y fortalecer el vínculo con nuestros grupos de interés, dándole a la sostenibilidad un camino concreto.

1.Actuar de manera justa, honesta y transparente con todas las personas y organizaciones con las que nos relacionamos, especialmente con nuestros clientes, colaboradores y comunidades, manteniendo vínculos basados en nuestros valores y en el respeto mutuo.

2. Trabajar con toda nuestra pasión para entregar el mejor servicio a nuestros clientes, ofreciendo calidad y excelencia de manera integral.

3.Hacer de Entel un lugar desafiante y entretenido para nuestros colaboradores, donde se promueva el desarrollo justo de las personas, respetando la integridad de nuestros trabajadores.

4.Fomentar la diversidad e inclusión en nuestros equipos rechazando toda discriminación arbitraria en cualquiera de nuestros grupos de interés.

5.Ser una compañía sustentable en el desarrollo de su negocio, así como en el ámbito social y medioambiental.

6.Proteger la información de la empresa y de nuestros grupos de interés.

7.Rechazar la corrupción y las prácticas contrarias a la libre competencia en todas sus formas.

8.Mantener la independencia respecto de agrupaciones políticas, credos religiosos o cualquier asociación ideológica.

En el periodo objeto del reporte, el principal cambio estructural fue el replanteamiento y la nueva visión del liderazgo en la organización. Este modelo es flexible, ya que considera al liderazgo como una acción en continuo movimiento, y apreciable desde diversos puntos de vistas. Por lo tanto valora las diferencias e individualidades bajo un mismo perfil humano.

Modelo de liderazgo Entel

Aseguramos la excelencia operacional

- Priorizamos objetivos y enfoque en los resultados.
- Buscamos eficiencia, optimización y digitalización de procesos.
- Actuamos con sentido de urgencia y agilidad.

Promovemos la experimentación y el aprendizaje

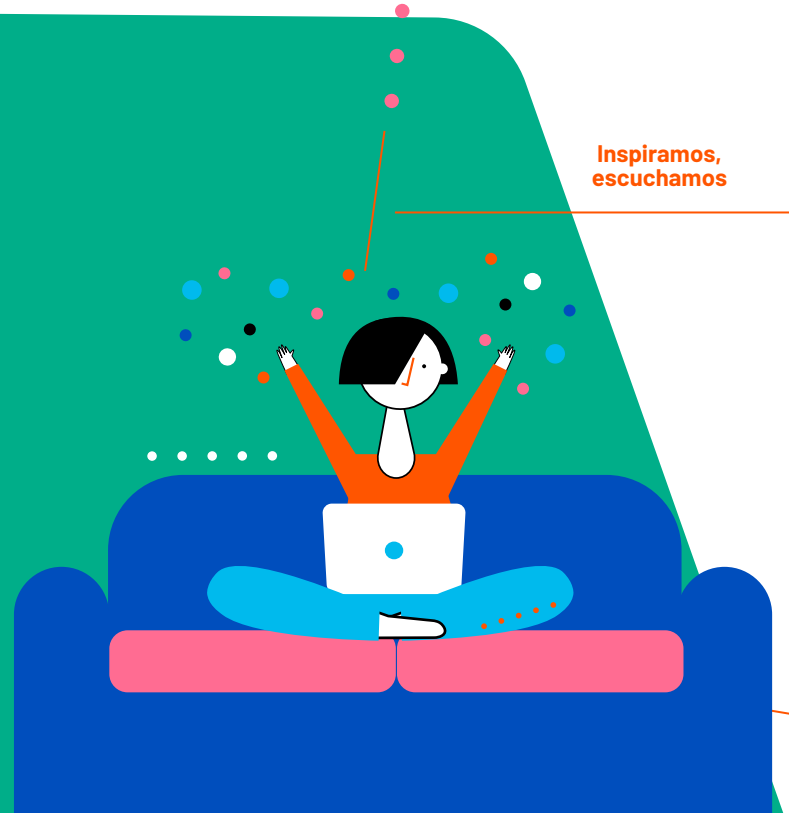
- Estamos abiertos a aprender, incluso de nuestro propio equipo.
- Aprendemos del error.
- Fomentamos el *feedback* temprano.
- Promovemos el cambio y la innovación.

Desarrollamos equipos

- Damos visión.
- Empoderamos y damos autonomía.
- Confiamos.
- Reconocemos los logros.

Inspiramos, escuchamos

- Somos transparentes.
- Conocemos a las personas y el momento de cada una.
- Valoramos la diversidad.
- Somos cercanos y empáticos con nuestro equipo, clientes y grupos de interés.



6.3 Equidad y diversidad

(GRI 102-8)

En 2020, cerramos el año con 2 297 trabajadores en planilla, cifra menor a la registrada al cierre del 2019 (-13 %) y que cambia la tendencia de crecimiento registrada al cierre de 2018 (9 %). De este total, 92 % están contratados a plazo indefinido[2], porcentaje similar al de años anteriores y 99,8 % se encuentran dedicados a tiempo completo. Esta última cifra también se encuentra dentro del porcentaje histórico de Entel Perú (de 99,6 % a 99,8 %).

Sobre la cantidad de mujeres, estas representan el 44 % del total de colaboradores. Este número se mantiene dentro del margen del registro de 2017 a 2019 de la organización (42 % - 44 %). Por otro lado, se reafirma la presencia de mujeres en ciudades que no son Lima, alcanzando un pico de 54,1 % en 2020. Comparado con 2017, la cifra aumenta 5,4 puntos porcentuales y mantiene el balance a favor de las mujeres alcanzado desde 2018.

Número de trabajadores por sexo, año y tipo de contrato

	Femenino		Masculino	
Año	Contrato definido	Contrato indefinido	Contrato definido	Contrato indefinido
2017	93	977	85	1 372
2018	78	959	65	1 253
2019	107	1 006	119	1 368
2020	81	910	102	1 204

Número de trabajadores por año y dedicación

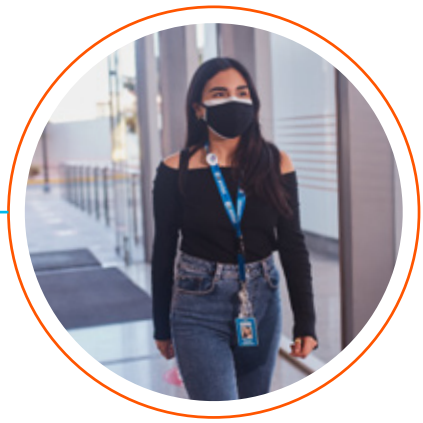
Año	Tiempo completo	Tiempo parcial
2017	2 517	10
2018	2 345	10
2019	2 593	7
2020	2 292	5

Número de trabajadores por año y región

	Lima				Otras ciudades			
Género	Mujeres	%	Hombres	%	Mujeres	%	Hombres	%
2017	894	41,3 %	1 272	58,7 %	176	48,8 %	185	51,2 %
2018	843	42,7 %	1 132	57,3 %	194	51,1 %	186	48,9 %
2019	941	41,4 %	1 333	58,6 %	172	52,8 %	154	47,2 %
2020	834	41,6 %	1 173	58,4 %	157	54,1 %	133	45,9 %

[2] Un contrato a plazo indefinido o indeterminado es aquel que tiene una fecha de inicio pero no una fecha de culminación, en el entendido de que puede perdurar en el tiempo hasta que se produzca una causa justificada que amerite su culminación.

En lo referente al número de trabajadores por rango de edad y sexo, la distribución porcentual no ha sufrido mayor cambio con respecto a 2019. Se presentan caídas en la cantidad de trabajadores en todas las categorías, salvo en la de hombres mayores de 50 años, en donde se dio un aumento de 11 trabajadores (número estadísticamente menor sobre el total de los trabajadores). En la categoría trabajadores menores de 30, se mantiene una diferencia porcentual relevante para cada sexo y se detalla a continuación. En el caso de las mujeres menores de 30 el porcentaje sobre el total de mujeres es de 24,3 %. En el caso de los hombres menores de 30 el porcentaje sobre el total de hombres es de 17,2 %.



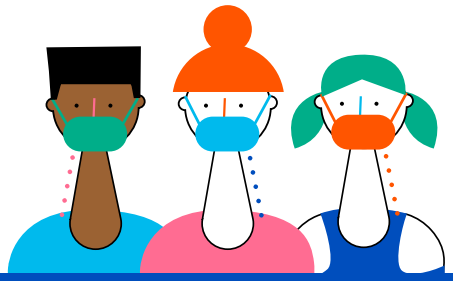
Número de trabajadores por edad y sexo

	Mujeres			Hombres		
	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
2017	320	737	13	298	1 128	31
2018	291	735	11	211	1 084	23
2019	289	808	16	250	1 203	34
2020	241	735	15	224	1 037	45

Para el caso de los trabajadores por categoría laboral y sexo, la mayor variación se dio en la categoría "Subgerentes, jefes y supervisores", con una disminución de 270 trabajadores menos con respecto a 2019. Este cambio tuvo como resultado un aumento porcentual en la categoría "Aportantes individuales" que pasó de 77,4 % a 84,7 % en mujeres y de 72,0 % a 81,4 % en hombres, en 2019. Esta última proporción es similar a las de 2017 y 2018.

Número de trabajadores por categoría laboral y sexo

	2017		2018		2019		2020	
Categoría	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerente general	0	1	0	1	0	1	0	1
Vicepresidentes y gerentes generales	1	7	1	7	1	7	1	7
Gerentes de primera línea	12	49	11	39	11	44	11	41
Subgerentes, jefes y supervisores	142	254	137	228	239	364	139	194
Aportantes individuales	915	1 146	888	1 043	862	1 071	840	1 063



Porcentaje de trabajadores por categoría laboral y sexo

	2017		2018		2019		2020	
Categoría	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Gerente general	0,00 %	0,07 %	0,00 %	0,08 %	0,00 %	0,07 %	0,00 %	0,08 %
Vicepresidentes y gerentes generales	0,09 %	0,48 %	0,10 %	0,53 %	0,09 %	0,47 %	0,10 %	0,54 %
Gerentes de primera línea	1,12 %	3,36 %	1,06 %	2,96 %	0,99 %	2,96 %	1,11 %	3,14 %
Subgerentes, jefes y supervisores	13,27 %	17,43 %	13,21 %	17,30 %	21,47 %	24,48 %	14,03 %	14,85 %
Aportantes individuales	85,51 %	78,65 %	85,63 %	79,14 %	77,45 %	72,02 %	84,76 %	81,39 %

A pesar de las complicaciones causadas por la pandemia, en 2020 se realizaron 382 nuevas contrataciones, 132 posiciones menos que en 2019. No obstante, fue superior en 69 contrataciones si lo comparamos con 2018. Sobre el total, 88,2 % se contrataron en Lima y 11,8 % en otras ciudades del Perú. La categoría Contrataciones para otras ciudades ha demostrado un claro descenso año tras año en ambos sexos.

Durante 2020, Entel Perú no se acogió a la suspensión perfecta de labores ni emprendió ninguna desvinculación relacionada con la disminución de costos, producto de la pandemia. Los ahorros y eficiencias operativas necesarias se realizaron fuera de la gestión con los colaboradores, sus contratos y salarios. La aplicación de medidas que pudieran afectar la continuidad laboral o la diminución de salario debido a la inesperada crisis financiera fueron evaluadas en el Comité de Crisis y descartadas al priorizar nuestro vínculo con cada uno de los colaboradores y sus familias. La proporción de nuevas contrataciones por edad y sexo se mantuvo similar a 2019, salvo en el caso de los hombres entre 30 y 50 años, que tuvo la mayor reducción en puntos porcentuales con respecto a 2019, pasando de representar 33,9 % del total a 24,1 % en 2020.

Nuevas contrataciones por zona y sexo

	Lima		Otras ciudades	
Género	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
2017	177	232	77	98
2018	122	99	52	40
2019	181	254	40	39
2020	148	189	25	20

Nuevas contrataciones por edad y sexo

	Mujeres			Hombres		
	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
2017	151	102	1	163	166	1
2018	102	72	0	56	83	0
2019	125	95	1	118	174	1
2020	108	64	1	114	92	3

En 2020, la tasa de rotación voluntaria cayó hasta 0,56 %, siendo menor en mujeres que en hombres. El número de desvinculaciones en 2020 disminuyó de 641 en 2019 a 577 en 2020. El número de desvinculaciones voluntarias fue de 158, cifra menor a la registrada en 2019 (338).

Rotación voluntaria por zona y sexo en 2020

	Lima		Otras ciudades	
Género	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
	0,60 %	0,52 %	0,52 %	0,79 %

Rotación voluntaria por edad y sexo en 2020

Mujeres			Hombres		
<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años	<30 años	Entre 30 y 50 años	> 50 años
1 %	0,40 %	0 %	1,10 %	0,40 %	0 %

Tasa de rotación global

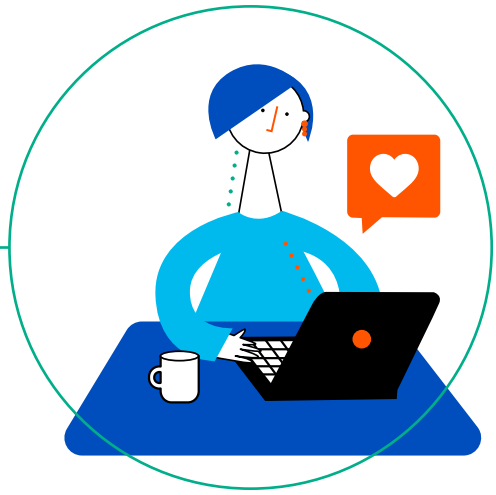
	2019	2020
Tasa de rotación voluntaria global	1,03 %	0,56 %
Hombres	1,90 %	2,13 %
Mujeres	1,80 %	1,97 %
Tasa de rotación global (voluntaria e involuntaria)	1,89 %	2,06 %

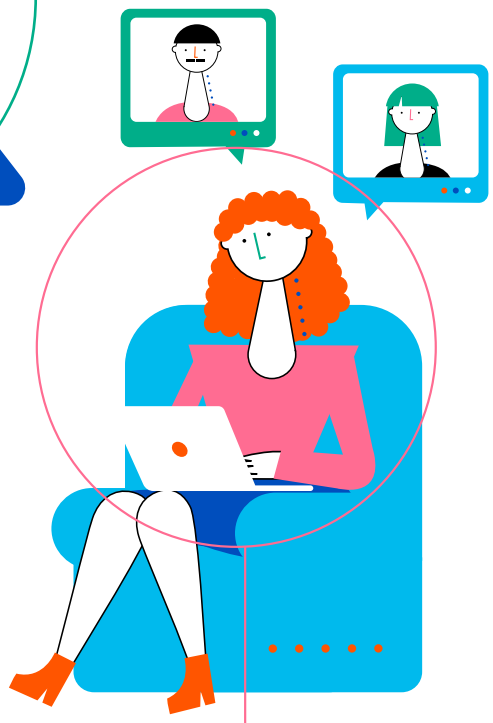
A finales de 2020, presentamos nuestra Política de Equidad, Diversidad e Inclusión con la que nos comprometemos a crear una cultura de respeto, en la que cada persona se sienta valorada, incluida e inspirada para desarrollarse en el ámbito personal y profesional, evitando y rechazando cualquier tipo de discriminación. Esta política se desarrolla en tres ámbitos de acción: equidad de género, inclusión de personas con discapacidad e inclusión y equidad LGBTIQ+. La ejecución de sus actividades es liderada por el Comité de Diversidad de Entel.

También, en el último trimestre desarrollamos nuestro primer Piloto de Liderazgo Femenino, con la participación de 10 mujeres líderes de la Gerencia de Capital Humano. Ellas participaron en cuatro sesiones de entrenamiento enfocado en conocerse y aprender sobre las capacidades de una líder responsable.

Contenidos del Piloto de Liderazgo Femenino

Sesión	Contenido	Objetivo
1	Desarrollar y cultivar la experiencia de la red de ayuda.	Abandonar la autosuficiencia y nuestra dificultad de pedir.
2	Desarrollar y cultivar tu autenticidad y tu valor para poner límites.	Abandonar la tendencia a complacer y el temor a generar incomodidad.
3	Desarrollar y escuchar tus necesidades (balance) y el cuidado de lo que te importa.	Abandonar el perfeccionismo y las comparaciones.
4	Desarrollar el coraje de arriesgarse a actuar y la valentía de nuestra comunicación.	Abandonar el temor a las conversaciones difíciles y pendientes.





6.4 Salud y seguridad en el trabajo

(GRI 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-9, Entel 5: Respuesta frente a la pandemia)

Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) que está alineado con la normativa nacional establecida en la Ley 29783, su Reglamento y sus modificatorias. Nuestros compromisos con el Sistema de Gestión de SST se encuentran declarados en nuestra Política de SST, la cual se revisa anualmente.

Durante 2020, tuvimos cambios en procedimientos y estructura, impulsados por las exigencias normativas a las que debíamos alinearnos en época de pandemia y las mejoras necesarias para optimizar el trabajo del equipo. Como resultado de este rediseño, se contrató a una nueva jefa de seguridad y salud, experta en medicina ocupacional.

Indicadores COVID-19

	May 20	Jun 20	Jul 20	Ago 20	Set 20	Oct 20	Nov 20	Dic 20
N.° de pruebas realizadas	88	1 368	2 507	1 254	1 238	1 233	662	657
# de evaluaciones médicas realizadas	32	34	77	78	36	17	20	27
# de casos positivos confirmados (*Back*)	12	9	20	24	5	2	2	7
# de casos positivos confirmados (*Front*)	7	16	39	29	16	7	5	8
# de casos positivos confirmados	19	25	59	53	21	9	7	15
# de casos sospechosos	13	9	18	25	14	7	12	12
# de casos negativos confirmados	19	9	18	25	14	8	13	12
# de colaboradores en cuarentena	32	34	77	78	35	16	19	27
# de subsidios	20	26	67	52	35	30	29	21
# de pacientes COVID-19 en condición grave (internamiento, ventilación asistida)	0	2	1	1	0	1	1	0
# de pacientes COVID-19 en condición crítica (descanso mayor a 40 días)	0	0	0	0	0	0	0	0
# de pacientes COVID-19 en condición moderada (descanso de 14 a 40 días)	5	13	32	20	9	3	5	6
# de pacientes COVID-19 en condición leve (asintomático)	19	23	58	52	22	8	6	15
# Fallecidos COVID-19	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión por implementación de plan COVID-19 (S/)	543 043	484 58	846 76	1 883 06	770 60	476 82	347 96	454 40
# de casos positivos confirmados fuera de planilla de terceros	25	89	284	183	266	140	10	36

Entre las acciones más relevantes tomadas en el contexto de la pandemia tenemos:

- Seguimiento médico a casos COVID-19 (colaboradores y familiares): aislamiento en casa, hospitalización, UCI.
- Implementación de canal de reporte COVID-19.
- Implementación de canal de comunicación y consultas COVID-19.
- Implementación de consultorio psicológico, médico en línea y nutricionista en línea.
- Implementación de protocolo familiar directo fallecido y colaborador fallecido.
- Contención emocional a través del consultorio psicológico: individual y grupal.
- Comunicación de salud y prevención permanente: *Mailing*, Workplace.
- Plan de retorno seguro.
- Implementación del programa más+: pilares físico, mental, emocional y socio-familiar.
- Kits de bienvenida para los colaboradores que regresan a tienda.
- Cuidado y seguimiento a gestantes.
- Acceso a programas para ejercitarnos. Plataforma para pausas activas y cuidado físico.
- Canastas para colaboradores COVID-19.
- Asesorías financieras.
- *Streamings* semanales con Ramiro Lafarga, nuestro gerente general.

Sumado a estas acciones realizamos una encuesta de percepción sobre la pandemia y el rol que desempeña Entel. Esta encuesta se realizó la última semana de abril y se denominó Pulso COVID-19. Participaron 1,431 colaboradores (60% de la planilla).

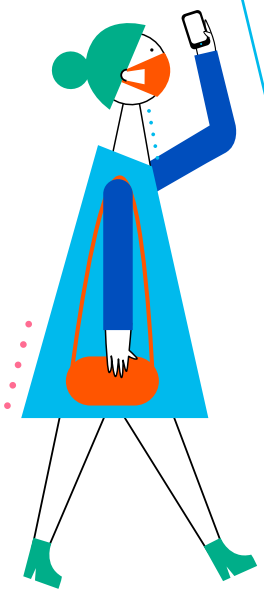
Resultados Pulso COVID-19

Aspecto	Resultado
Cuidado	89
Liderazgo	85
Yo, mis emociones, mi trabajo	79
Resultado general	**84**
Considerando las circunstancias, ¿seguirías eligiendo este lugar para trabajar?	89

Consecuentes con la coyuntura y las necesidades de los colaboradores, realizamos un cambio en la estructura del equipo de seguridad. Seguridad (Patrimonio) pasó al Área de *Facilites*. Seguridad y Salud en el Trabajo se mantuvo en Capital Humano, integrando el equipo de Bienestar a la Jefatura.

La identificación de peligros laborales y la evaluación de riesgos para cada posición se realizan mediante la Metodología de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos (IPER) alineada con la Resolución Ministerial Nro. 050-2013-TR que brinda los formatos del Sistema de Gestión de SST. A lo largo de todo el 2020, hemos actualizado los distintos IPER para contemplar los riesgos biológicos y los temas de bioseguridad, no solo en los espacios a los que retornarían después de la cuarentena, como oficinas y tiendas, sino también en las nuevas posiciones que surgieron a raíz del trabajo remoto, como las televentas. Nuestro sistema debía evaluar estos nuevos riesgos y establecer medidas de control.

El principal riesgo entre los colaboradores de campo es el riesgo eléctrico en la manipulación de elementos de red. Estas posiciones son continuamente monitoreadas y capacitadas, cuentan con elementos de protección personal y procedimiento de negativa al trabajo inseguro. El tipo de lesión más registrada fue la osteomuscular. En 2020, solo tuvimos un incidente relacionado a un vertido de combustible que fue oportunamente atendido sin daños materiales. Ese mismo año, contabilizamos 3 012 896 horas hombre trabajadas.



Indicadores en SST 2019 y 2020

Indicadores	2019	2020
Tasa de frecuencia de accidentes	0,00 %	0,33 %
Tasa de incidencia de enfermedades ocupacionales	0	0
Muertes por accidente laboral	0	0
Días perdidos	0	2

Días perdidos por sexo y zona

Género	2019		2020	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	7 524	1 638	8 217	2 098
Hombres	3 688	497	5 125	468

Tasa de absentismo por sexo y zona

Género	2019		2020	
	Lima	Otras regiones	Lima	Otras regiones
Mujeres	3,02 %	3,59 %	2,30 %	5,19 %
Hombres	1,04 %	1,22 %	2,02 %	0,98 %

Lesiones por accidente laboral para todos los empleados en planilla 202

	Lima		Fuera de Lima	
	Número	Tasa	Número	Tasa
Fallecimiento resultante por accidente laboral	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables	0	0	1	0,00022

Lesiones por accidente laboral para todos los trabajadores que no sean empleados, pero cuyos trabajos o lugares de trabajo estén controlados por la organización en 2020

	Lima		Fuera de Lima	
	Número	Tasa	Número	Tasa
Fallecimiento resultante por accidente laboral	0	0	0	0
Lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias	1	0,003	0	0
Lesiones por accidente laboral registrables	0	0	0	0

En un año tan complicado es necesario cuidar la salud colectiva. Por ello, nuestro sistema de gestión de SST cuenta con una plataforma para todos los colaboradores, en donde pueden notificar comportamientos y condiciones inseguras. Nuestro equipo de SST decide si es un comportamiento o una condición y si es necesario realizar una investigación que fortalezca el sistema.

Las actividades de nuestro Comité de SST se enfocaron en temas de sensibilización y toma de conciencia hacia los colaboradores. Además, han participado activamente en aproximadamente 20 inspecciones remotas para asegurar las condiciones de seguridad en todas nuestras instalaciones.

En lo que se refiere a capacitación, realizamos los cursos obligatorios de SST. Asimismo, desarrollamos cursos vinculados al COVID-19, entre otros:

- COVID-19: Protocolos preventivos en el trabajo y en casa (para colaboradores y familia).
- Gestionando nuestros riesgos: Sistema de gestión de SST, IPERC y reporte de incidentes.
- Emergencias: Comunicación de emergencias, evacuación y uso de extintores, reanimación cardiopulmonar y maniobra de Heimlich.
- Prevención de riesgos ergonómicos y pausas ágiles.
- Estilo de vida saludable: Gestión de emociones, equilibrio y balance de vida, prevención y manejo de estrés, nutrición y alimentación saludable, organización y gestión de horarios, meditación.

Total de horas de capacitación en SST

AÑO	2017	2018	2019	2020
HORAS	5 579	3 706	5 445	4 042

6.5 Prevención del hostigamiento

En Entel, tenemos un sólido compromiso con el bienestar de nuestros colaboradores. Rechazamos cualquier acto que atente contra su integridad y trabajamos para mantener un entorno laboral seguro y cómodo para cada persona.

Desde 2020, contamos con una Política de Prevención y Sanción del Hostigamiento Sexual, en donde detallamos las medidas y procedimientos de investigación frente a esos casos. De igual manera contamos con un Comité de Intervención frente al Hostigamiento Sexual, cuya vigencia es de dos años y que tiene como principal objetivo desarrollar la investigación y proponer medidas de sanción relacionadas con este tipo de casos. Para desarrollar adecuadamente su labor, los integrantes del comité han recibido capacitaciones específicas. Tanto la selección del comité como la política se comunican ampliamente a todos los colaboradores en nuestros espacios de comunicación y en nuestros procesos internos, como inducción.

Durante 2020 no hemos recibido denuncias vinculadas a hostigamiento sexual. Sin embargo, en el canal de denuncias se recibieron dos, indicadas por el denunciante como "hostigamiento sexual". Ambas fueron descartadas. Una, catalogada como error técnico y otra, no relacionada con el hostigamiento sexual.

(Entel 1: Calidad del Empleo)

6.6 *Engagement 2.0*

En Entel vimos que ya era tiempo de evolucionar, rescatando dimensiones de engagement y clima laboral. Así fue como optamos por un modelo "customizado": *ENGAGEMENT 2.0.*

A partir de este año, utilizamos esta nueva metodología que mide liderazgo, cultura, engagement y equipo. Todos los colaboradores (administrativos, operativos y fuerza de ventas) de Entel pasan por una evaluación. Dicha evaluación se aplicó en dos momentos de 2020. Los resultados alcanzados son revisados por la Gerencia de Capital Humano y comunicados a las áreas respectivas. De ser el caso, son asumidos dentro de los planes de mejora de cada área.

Resultados de *Engagement 2.0*

Indicadores	ago 20	dic 20
Liderazgo	83,40%	85,40%
Cultura	88,90%	90,50%
Engagement	84,30%	86,40%
Equipo	89,00%	89,40%
Global	**86,40%**	**87,90%**
Participación	92,20%	92,70%

(Entel 1: Calidad del Empleo)

6.7 Bienestar

Entre los meses de marzo y mayo, el 100 % de nuestros colaboradores pasaron a trabajo remoto. Las 128 tiendas de Entel estuvieron cerradas hasta fines de junio de 2020. A partir de ese mes, solo el 15 % de nuestro capital humano regresó a labores presenciales. Una realidad para la que ninguna gerencia de personas estaba preparada. Aprendimos sobre la marcha. Gestionamos los cambios que vivían nuestros trabajadores bajo un enfoque de tres frentes: mi mundo, mi líder, mi trabajo. Mi mundo, porque buscamos todas las iniciativas de salud física, emocional y financiera, para tratar de tener un equilibrio. Mi líder, en donde construimos un modelo de liderazgo con empatía, flexibilidad y liderazgo a distancia. Realizamos diversos *webinars* con los líderes, como acciones de contención laboral y emocional, para que ellos nos ayuden a contener a la gente. La tercera dimensión es mi trabajo, mi espacio. Es decir, cómo Entel puede acompañarte en esta coyuntura. Implementamos herramientas digitales, oficinas virtuales y políticas vinculadas como la de desconexión digital u horarios de trabajo flexible.

Conforme pasaban las semanas, esta propuesta inicial dejaba de ser una rápida reacción para convertirse en un programa completo. Así nació "Más+", nuestro programa de bienestar integral. Este programa trabaja en cuatro dimensiones: mental, física, emocional y sociofamiliar, con el propósito de que cada colaborador logre una vida más saludable, en equilibrio y feliz. Para ello, busca generar hábitos saludables a través de herramientas como servicios gratuitos, *mindfulness* en vivo, entrenamientos online y *webinars*. Estos últimos reunieron a más del 20 % de la empresa en 13 sesiones y tuvo un nivel de satisfacción de 8,8 sobre 10.

Actividades y *webinars* en el Programa MÁS 2020

Pilar	Iniciativas
Activa tu cuerpo	Médico en línea Nutricionista en línea #DateUnaPausayActívate: Tips y videos de pausas ágiles *Webinars* de nutrición y alimentación saludable
Enfoca tus pensamientos	Sesiones de *Mindfulness* Videos de *Mindfulness* *Webinar* de Organización y gestión de horarios
Equilibra tus emociones	Consultorio psicológico *Webinars*: Manejo de emociones, Control en momentos de ansiedad, La nueva normalidad, Acompañándote en momentos de duelo.
Cuida tus relaciones	Programa #FuturosPadres: Acompañamiento y soporte a futuros padres. Ver tabla. *Webinars*: Vacunas para el recién nacido, Nutrición en el embarazo y lactancia, Balance y equilibrio de vida

Indicadores sobre permiso parental en 2020

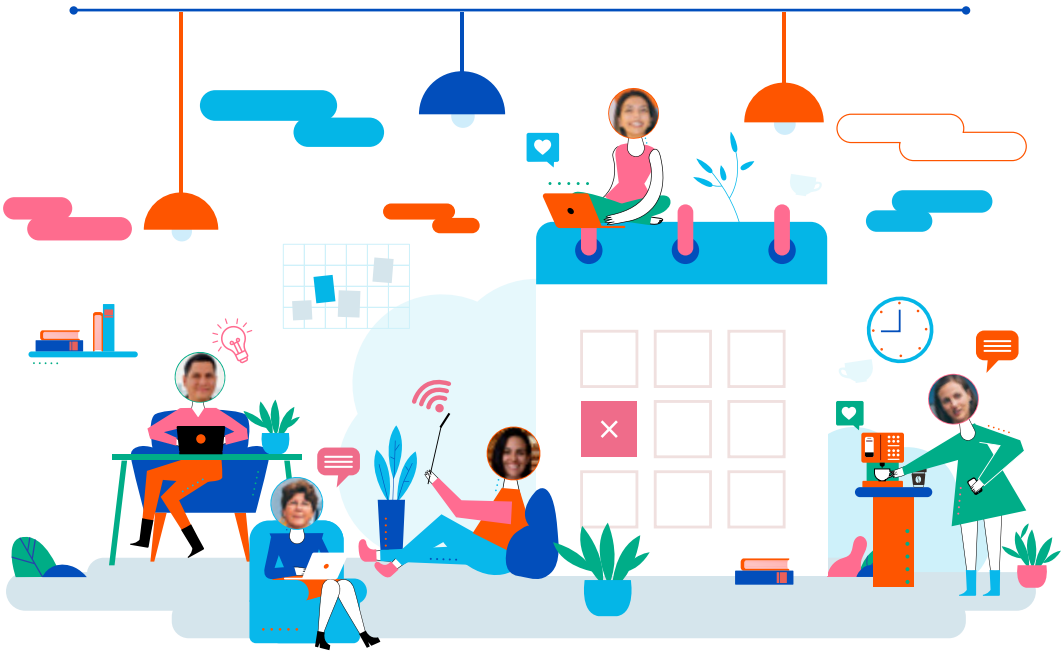
Indicador	Hombres	Mujeres
Trabajadores que hicieron uso de su derecho a permiso parental	61	42
Trabajadores que regresaron al trabajo después del permiso	61	42
Trabajadores que seguían en el trabajo tras 12 meses del permiso	58	41

Atenciones en consultorio en 2020

Consultorio	Cantidad	Disponible los meses de
Medicina presencial	495	enero a marzo
Medicina virtual	6	noviembre
Nutrición presencial	166	enero a marzo
Nutrición virtual	33	diciembre
Psicología telefónico	139	mayo

Además de estos beneficios, en Entel brindamos licencias por matrimonio, maternidad, paternidad, luto, familiar con COVID-19 y licencia por estado grave de familiar. Todas remuneradas y por encima de lo que la Ley establece.

Finalmente todos nuestros trabajadores cuentan con seguro vida ley, seguro médico optativo, seguro médico de practicantes y EPS optativo para padres.



7.8 Formación y desarrollo

(GRI 404-1)

El equipo de Capital Humano rediseñó rápidamente su estrategia, ya que las necesidades y el contexto cambiaron abruptamente. Los esfuerzos se dirigieron a potenciar el conocimiento en herramientas ágiles, liderazgo a distancia, etc.

A fines de mayo lanzamos "Campus Entel", una plataforma de capacitación autogestionada y disponible para todos los colaboradores desde el momento de su inducción. Esta oferta formativa va más allá de los cursos obligatorios anuales e implica un cambio de mentalidad en el colaborador. Cambiamos el modelo de años anteriores en el que asignábamos cursos a cada colaborador y entregamos esta responsabilidad a cada estudiante. En esta nueva dinámica, nos motiva despertar un interés genuino por aprender, de manera que se facilite el desarrollo personal y profesional.

Uno de los principales temas de formación ha sido el liderazgo basado en el cambio de modelo (ver más en 6.1. Pilares culturales). A lo largo de 2020, presentamos tres espacios de formación dedicados a los líderes y potenciales líderes de Entel.

Acciones formativas en liderazgo en 2020

Espacio	Objetivo	Participantes	Indicadores
Ruta del líder	Desarrollar las habilidades de los líderes de la compañía, según el Modelo de Liderazgo Entel, para que puedan mejorar la gestión remota con sus equipos.	370 líderes Entel	Participación general: 58% Satisfacción: 97%
Entel líder	Actualizar a los líderes de Entel con herramientas en tendencia sobre temas técnicos y/o blandos para una eficiente gestión de equipos.	329 líderes Entel	**Presencial:** Participación: 89% Satisfacción: 92% **Virtual:** Participación: 52% Satisfacción: 91% Certificación: 68%
Programa de Mentoring	Proceso voluntario, donde el *mentor* ayuda al *mentee* a adquirir conocimientos y/o habilidades, a través de una relación de ayuda estructurada y de confianza.	9 *mentores* 17 *mentees*	Satisfacción: 100% (*mentores y mentees*)

En el componente de capacitaciones transversales resalta el proyecto "Profes Power", un programa en el que formamos a docentes internos. Colaboradores que tienen un conocimiento específico sobre algo y que tienen toda la motivación y habilidades para compartir su experiencia. A ellos les damos todas las herramientas y los formamos desde cómo exponer una clase hasta cómo diseñarla. Los participantes son capacitados en dos módulos:

Módulo Presencial

16 horas de capacitación

- Consciencia del cuerpo
- Fuerza escénica
- Improvisación
- Empatía con el público
- Comunicación

Módulo Virtual

17 horas de capacitación

- ¿Cómo aprenden los adultos?
- Diseño de objetivos de aprendizaje
- Motivar al que me escucha
- Aprendizaje adulto y virtual
- Dinámicas que funcionan
- Manejo de múltiples situaciones

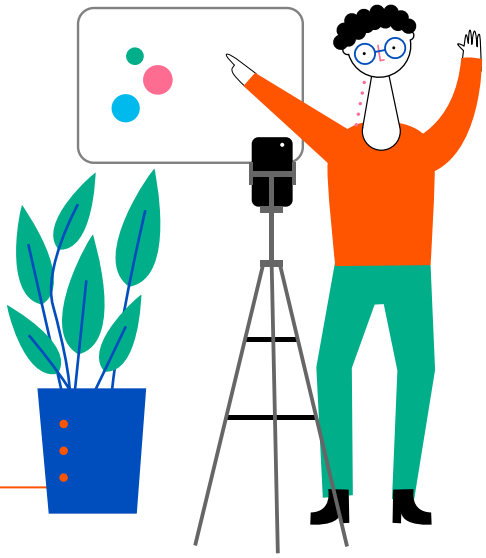
Este esfuerzo de formar docentes internos tiene un doble impacto en la cantidad de colaboradores que han podido ser parte de las clases impartidas por los "Profes Power". En total fueron 253 colaboradores capacitados, acumulando 903 horas de capacitación.

"Profes Power" en 2020

Espacio	Objetivo	Participantes	Indicadores
Profes Power	Identificar y formar personas expertas en temas blandos y técnicos, que deseen compartir sus conocimientos con los demás colaboradores de la organización.	18 Profes Power seleccionados 10 graduados	Participación: 56% Satisfacción: 83% NPS: 66%

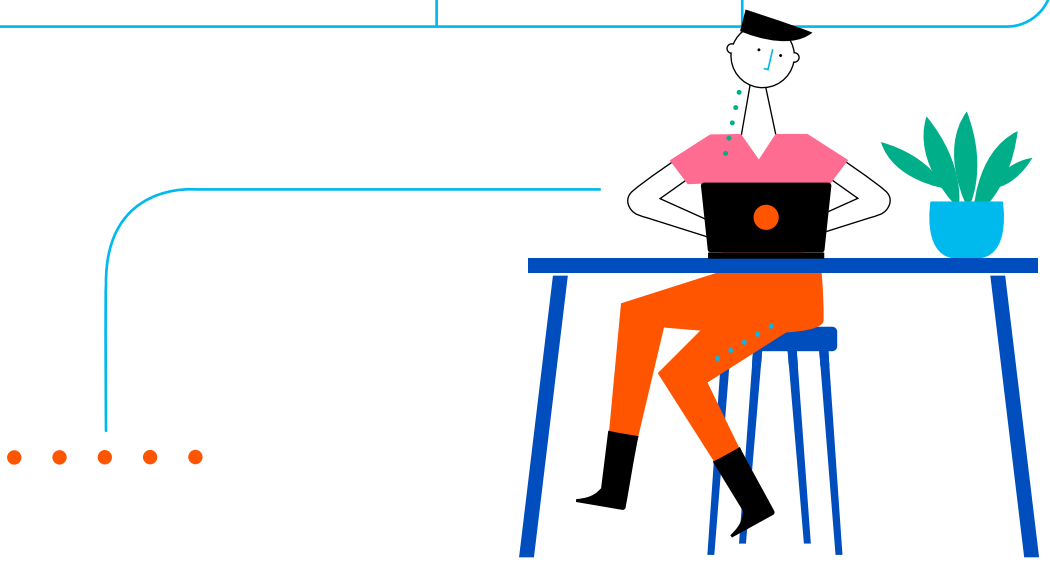
Capacitaciones a cargo de "Profes Power" 2020

Curso	Horas	Nro. Grupos	Satisfacción	Nro. colaboradores formados
Design Thinking	3	1	86 %	6
Potencia al líder que llevas dentro	3	1	64 %	116
Core Power	4	1	95 %	36
Equipos saludables, organizaciones brillantes	2	1	100 %	31
Protege tu vida digital	3	1	93 %	38
Presentaciones que dejan huella	7,5	5	94 %	29



Entre otras acciones de capacitación tenemos:

Espacio	Objetivo	Participantes	Indicadores
Herramientas digitales	Tutoriales cortos que explican las funciones básicas de las herramientas de Office 365. Los contenidos tienen como objetivo permitir a todos los colaboradores conectar mejor con sus equipos durante el trabajo remoto.	325 vistas	100 % de utilidad
Academia de Agilidad	Descubrir de qué se trata y por qué es importante vivir la agilidad. Conocer cuáles son los roles ágiles y las principales ceremonias y herramientas para que cualquier colaborador pueda empezar a utilizarlas.	365 colaboradores	Avance a nivel compañía: 16% Satisfacción: 91%
Desarrollo comercial del asesor	Desarrollar y reforzar las habilidades comerciales de los asesores y así mejorar la experiencia de venta a los clientes.	7 760 asesores (propios y terceros) y 30 entrenadores	Asistencia: 90% Satisfacción: 81% Nivel de aprobación: 98%
Experiencia WOW	Brindar herramientas y tips al asesor para mejorar la experiencia de la atención y convertirla en una atención WOW.	160 Asesores, 20 Supervisores	*In house*: Participación: 96% Satisfacción curso: 87% *Outsource*: Participación: 86% Satisfacción curso: 85%
Estonia	Brindar herramientas a los líderes para gestionar equipos comerciales de manera remota.	33 líderes de Mercado Empresas	Participación: 91% Satisfacción: 94%
Legal & Regulación	Actualización de los nuevos procesos y procedimientos en los marcos de tratamiento de datos, firmas digitales y ciberseguridad.	42 personas de las Gerencias Legal & Regulación	Participación: 100% Satisfacción: 90%
#YoMeHagoCargo	Generar en los asesores identificación y compromiso con la necesidad del cliente, haciéndose cargo de la atención *end to end*.	160 asesores y 20 supervisores de Call	Asesores Participación:89% Satisfacción: 88% Supervisores Participación: 79% Satisfacción: 88%



6.9 Medición del desempeño

(GRI 404-3)

En 2020 continuamos realizando evaluaciones de desempeño a nuestros colaboradores. De esta manera, medimos las competencias y el cumplimiento de los objetivos propuestos. Estos resultados proporcionan información para la mejora y planificación del siguiente periodo.

La evaluación de desempeño correspondiente a 2019 se realizó en 2020 por "mundos", método que consta de cuatro etapas: autoevaluación, evaluación del jefe directo, calibración y, finalmente, la sesión de *feedback* y compromisos de acción. En esta última evaluación tuvimos un 70 % de satisfacción del proceso y un 93 % de los participantes fueron evaluados con un desempeño satisfactorio o superior.

Colaboradores con evaluación de desempeño por año

Año	Mujer	Hombre	Total
2018	42 %	58 %	2 344
2019	43 %	57 %	2 043
2020	44 %	56 %	2 076

Colaboradores con evaluación de desempeño por categoría

	Mujeres		Hombres	
Categoría laboral	Total por categoría	Total por categoría con evaluación de desempeño en 2020	Total por categoría	Total por categoría con evaluación de desempeño en 2020
Gerente general	0	0	1	0
Vicepresidentes y gerentes generales	1	0	7	7
Gerentes de primera línea	12	10	41	35
Subgerentes, jefes y supervisores	137	127	203	187
Aportantes individuales	872	762	1 101	948

Resultados de evaluación de desempeño 2020

Año	Colaboradores evaluados
Excede mucho	1 %
Excede	30 %
Satisfactorio	62 %
Se acerca	6 %
No cumple	1 %

En 2020 tuvimos 119 ascensos, cifra menor a la de 2019, cuando alcanzamos los 225 ascensos. Sin embargo, se mantuvo la proporción en los ascensos de mujeres y hombres.

Colaboradores ascendidos

Año	Gerentes de primera línea		Subgerentes, jefes y supervisores		Aportantes individuales	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
2017	1	1	23	39	94	84
2018	1	0	12	19	100	65
2019	4	5	48	55	64	49
2020	1	2	8	13	49	49

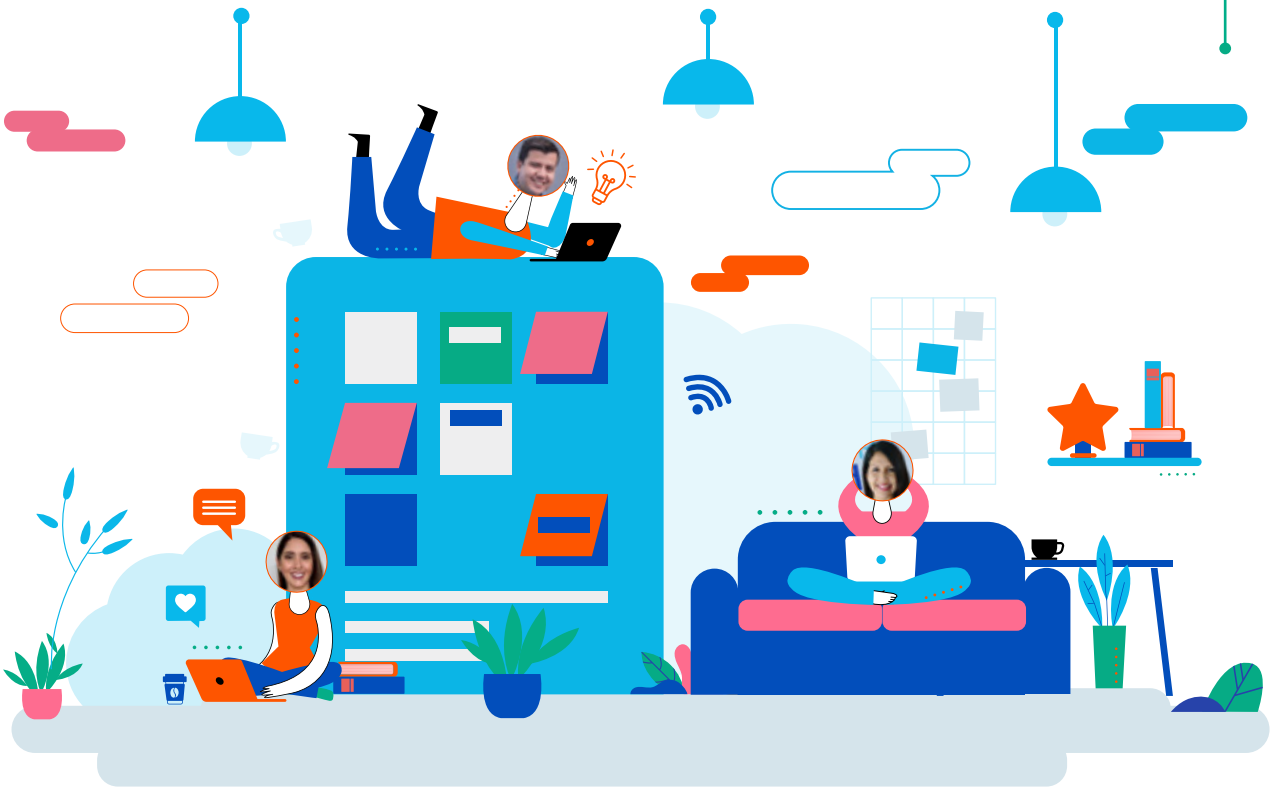
6.10 Innovación para el desarrollo

Nos hemos propuesto ser un actor relevante en la transformación de la sociedad, proporcionando mejoras en la vida de las personas. Para lograr este objetivo, la capacidad de innovar es fundamental. En un entorno inestable, acelerado y competitivo como el actual, no basta con disponer de productos y servicios de calidad para entregar una experiencia distintiva y transformadora. Es necesario adaptarlos a los constantes cambios que experimentan las necesidades de nuestros clientes y grupos de interés.

Entre 2018 y 2019, presentamos diversas iniciativas de gran aceptación pero aisladas y relacionadas a distintas áreas de la empresa. En 2020, realizamos un proceso de estructuración bajo un mismo esquema, que responda a nuestro propósito de marca y a los pilares estratégicos de Entel. En abril nació "Innova Entel" **(https://innovaentel.pe/).**

El equipo responsable de la implementación de "Innova Entel" está conformado por 12 profesionales de diversas áreas, organizados como un equipo independiente dentro de la empresa. Los objetivos del equipo de innovación son:

- Fomentar la cultura de innovación
- Conectar necesidades con soluciones
- Implementar estas soluciones



Programas de innovación y resultados 2020

Componente	Programa	Definición	Resultado 2020
Cultura de innovación	*Entel Talk*	Evento con speaker de reconocidas empresas nacionales e internacionales, donde se comparten las últimas tendencias de innovación.	355 participantes 90 % de satisfacción Contenido 92 % útiles 87 % aplicable en el trabajo
	Entel Digital Day	Espacio que tiene como objetivo dar a conocer los proyectos destacados de la compañía.	3 expositores 77 % de satisfacción
	Tendencias	Espacio que informa sobre las tendencias tecnológicas y móviles de la industria.	4 charlas 17 temas 17 trivias 82 % de satisfacción Más de 1 500 participantes
Conectar necesidades con soluciones	Hacka Entel	Es un reto de innovación. En dos días o un fin de semana, cada equipo participante tiene el reto de diseñar e implementar un prototipo digital para su revisión y sustentación. El objetivo del programa es, bajo un enfoque de desarrollo colaborativo, desplegar en Entel iniciativas digitales previamente prototipadas en un espacio que fomenta el pensamiento creativo.	50 equipos inscritos 09 equipos seleccionados para evento central 03 ganadores 20 mentores Entel participando 09 partners externos colaborando con Hacka
	Aliados Entel	Desarrollado bajo un modelo de partnership con aliados del ecosistema, en donde buscamos potenciar el portafolio de Entel con nuevas soluciones (productos/servicios).	02 programas en el año 97 inscritos/postulantes al programa 37 preseleccionados 5 seleccionados para la 2da etapa (en definición de modelo de negocio) 1 aliado Entel (MiTienda Entel)
	Entel + Desafío	Programa de innovación interna dirigido a los colaboradores de la compañía que incentiva la generación de ideas a través de implementación de pilotos y la ejecución de proyectos con productos mínimos viables.	Más de 400 colaboradores participantes 155 ideas generadas que respondieron a los 144 desafíos que pusieron los líderes 75 pilotos ejecutados (de las 155 ideas) Valorización de ideas: S/ 76 Millones
Implementar soluciones	*E Lab*	Nuestro laboratorio de incubación y maduración de ideas de innovación, en el que fortalecemos y buscamos las mejores oportunidades para el crecimiento de las ideas hasta alcanzar un producto mínimo viable.	16 iniciativas exploradas 3 iniciativas canalizadas a otros equipos 4 pilotos ejecutados

Principales indicadores de innovación

Indicador	2020
Nuevos productos	1
Ideas implementadas	7
Nivel de recomendación	80%
Impacto económico*	S/ 4,2 millones

(*) Beneficio proyectado al 2022

Nuestra estrategia de innovación ofrece espacios de desarrollo y competencia para diversas ideas alineadas al negocio. Dependiendo del origen y finalidad de cada una, se establece el mejor espacio para su fortalecimiento y puesta en marcha.

Resultados de los principales proyectos ganadores

Programa	Nombre del proyecto	Descripción	Resultado 2020
Entel + El Desafío	Comprobantes 4.0	Automatización y digitalización de los procesos de registro, carga y pago de los recibos de energía.	Se proyecta un ahorro de S/ 680 000 en impuestos por pagar en el siguiente año fiscal por incremento de gastos deducibles de recibos de energía.
Entel + El Desafío	Podcast sostenible	Difusión de conceptos de sostenibilidad a través de podcasts sencillos, amenos y lúdicos.	Mas de 1 200 reproducciones
Entel + El Desafío	Entel Alliance	Alianzas comerciales con tiendas especializadas en tecnología y servicios premium para la venta de equipos a clientes de alto y mediano valor sin generar mayores gastos de operación.	Ventas nuevas y mix de portabilidad
Entel + El Desafío	Catálogo Power	Crear un catálogo virtual interactivo disponible en tienda a través de un código QR, en web y en app, que visualice equipos de la oferta comercial mensual, mostrando sus características principales y un simulador de compra o renovación de equipo, jugando con cuota inicial y planes a contratar.	Venta pack sim y renovaciones
Entel + El Desafío	Autocalibración de Performance @ ZeroClick	Herramienta desarrollada inhouse para automatizar la configuración de celdas degradadas, para evitar procesos manuales y tardíos.	Ahorro de recursos outsourcing contratados
Entel + El Desafío	Quick Deal	Herramienta de evaluación de factibilidades con consultas en tiempo real.	Mejora en el tiempo de creación y atención de factibilidad. Incremento de productividad de SAF atendidas.
Aliados Entel	MiTienda	MiTienda ofrece una nueva solución tecnológica para las empresas que quieren desarrollarse en el mundo digital y aumentar sus ventas. Entre los servicios que brinda esta plataforma se encuentra el desarrollo de un catálogo de productos, pasarela de pagos, carrito de compras y zonas de reparto.	A la fecha, ya son más de 260 clientes PYMEs Entel que han apostado por implementar su e-commerce a través de MiTienda.
Hacka Entel	POWER LIKE	Un recomendador que busca mejorar la experiencia de elección de un equipo, ayudando a los visitantes de la web a tomar una decisión acertada y en poco tiempo.	Se logró reducir el tiempo de decisión de compra de 4 minutos a 1 minuto, ya teniendo más de 30 mil búsquedas a la fecha.

Estos esfuerzos se extienden más allá de Entel y nos permiten aprender y compartir experiencia en innovación. El año 2020 también nos ha permitido desplegar vínculos con distintos actores del sistema de innovación.

Resultados de alianzas en innovación en 2020

Alianza	Objetivo de la alianza	Resultados en 2020
Shift	Trabajar de forma colaborativa para fomentar y acelerar la innovación y el intraemprendimiento en Entel.	Se efectuaron varios eventos, destacando principalmente la iniciativa *"Shift Open Innovation Call COVID-19"*, en la cual se seleccionaron soluciones que permitan cubrir necesidades básicas de la población identificada como de alto riesgo y prevenir la expansión de la
Telecom Infra Proyect (TIM)	Generar alianza conjunta con una universidad peruana que permita generar investigaciones en materia de redes: SDN, 5G, etc.	Se propuso como universidad aliada a la PUCP, presentándola formalmente y cumpliendo los requisitos de TIM para la creación de un laboratorio. La propuesta de implementación sigue en vigencia.
PUCP	Generar un convenio de investigación y desarrollo con la PUCP, centrado en generar iniciativas relacionadas a Internet de las cosas - IoT, transformación digital y redes.	Se generaron formalmente tres mesas de trabajo y se definió un primer alcance de investigación para IoT y redes. El cierre de alcance de investigación sigue en proceso.
LinkMiners	Generar innovación abierta y propuesta de soluciones de acuerdo con los retos que presente la industria minera.	Se formalizó el interés de las partes y se está creando el modelo tripartito entre Entel, una empresa minera interesada y LinkMiners.

(Entel 5: Respuesta frente a la pandemia)

Nuestros clientes

De un momento a otro, Carlos se quedó sin empleo. Gamarra había cerrado y las más de 500 mil personas que mantenían viva esta economía comenzaban a sentir los golpes.

-No, primo. La cosa está fea. La tienda está cerrada y no sabemos hasta cuándo.
-Te voy a mandar un dinero Carlitos. Por acá está igual pero ahí tengo un ahorro. Ya, anda a tu casa. Te aviso cuando haga la transferencia.

Carlos conversaba todos los días con su familia. A través de las videollamadas se enteraba del tamaño de sus sobrinos, de las arrugas de sus abuelos y del clima que extrañaba cada mañana. Por eso, cuando comenzó a trabajar se compró un equipo mejor, con un plan que le permitía tener a la familia a la mano. Literalmente, en el bolsillo.
Ahora le tocaba buscar trabajo o inventarse uno muy rápido. Los gastos iban a seguir ahí, esperando que él pague las cuentas. Esa era su principal preocupación, inclusive más urgente que permanecer sano, porque entre la pandemia y la economía, el 2020 no parecía el mejor de los años.

Sonó su celular, se iluminó su bolsillo y vio el mensaje "TRANSFERENCIA RECIBIDA". Finalmente, un respiro. Igual, debía devolver el dinero prestado, pero al menos había ganado unos días en azul. Para junio, la situación no había mejorado. Gamarra seguía cerrada y los alrededores eran focos de contagio. Su nuevo trabajo cubría lo mínimo para mantenerse, pero ya debía un mes en su recibo postpago y pensaba que esta cuenta tendría el mismo destino en su lista de pagos pendientes. Sin saberlo, en las oficinas de Entel Perú estaba por lanzarse el "Plan Solidario", un plan costo cero que permitió un alivio económico a clientes como Carlos.

El celular de Carlos volvió a sonar. Era una videollamada. Su tía cumplía 65 años y era hora de cantar el "Feliz cumpleaños".

7

La pandemia nos mostró la importancia de los servicios de telecomunicaciones en la vida de las personas y la necesidad de que los diferentes productos se adapten a sus realidades. La calidad, la disponibilidad, una atención oportuna y, en general, las experiencias de las personas en el uso del servicio probaron ser cruciales durante estos meses de confinamiento en que trabajo, estudios y relaciones sociales dependieron de la conectividad. Entel trabajó junto a los equipos que representan a los diferentes mercados para atender las necesidades que se presentaron en cada segmento y ofrecer experiencias distintivas aún en medio de este año tan desafiante.

En un comienzo no fue fácil adaptarse a las nuevas circunstancias. El comportamiento de los clientes cambió de forma abrupta en marzo, en términos como el lugar desde donde se conectaban, el horario en el que lo hacían, el uso que le daban a las conexiones y qué exigían a su operador. Se elevaron sus expectativas en cuanto a la calidad y continuidad del servicio. Al mismo tiempo, el cierre de tiendas para contener el avance de la pandemia hizo que nuestra oferta de contacto se volcara a los canales digitales y la autoatención.

Al enfrentar estos retos, resultaron claves los atributos diferenciadores que Entel ha desarrollado a lo largo de los años: una sólida estructura de canales digitales, una red robusta y un equipo humano flexible, capaz de adaptarse a un entorno incierto, con un profundo entendimiento de las necesidades de sus clientes. Gracias a estos recursos pudimos dar atención específica a las necesidades de nuestros clientes.

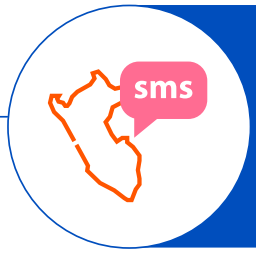
Acciones formativas en liderazgo en 2020

Plan Solidario
Diseñamos un plan costo cero con el objetivo de brindar un alivio económico a nuestros clientes. Durante 90 días, ofrecimos conectividad (datos y voz) sin cargo alguno a aproximadamente 60 mil clientes. El Plan Solidario constaba de internet ilimitado (velocidad de hasta 256Kbps), 500 minutos de telefonía y mensajes de texto ilimitados.

Plan de emergencia
Este plan estuvo enfocado en todos los clientes que no habían podido cumplir con sus pagos. Tenían la opción de pasar a un plan de S/ 19,90, que les permitía mantenerse conectados y realizar llamadas sin acumular una deuda que, en el futuro, resultaría inmanejable. El plan brindaba 1GB de Internet al mes, 600 minutos de telefonía, mensajes de texto ilimitados y Facebook e Instagram con restricción de videos.

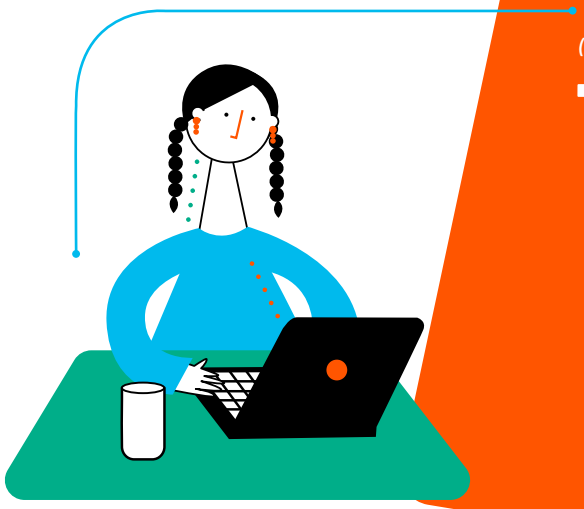
Fraccionamiento
Ofrecimos la posibilidad de fraccionar las deudas en hasta 12 meses sin intereses. Esta ayuda fue utilizada por 49 700 clientes, de los cuales 97 % provenían de telefonía móvil y 3 % de líneas fijas o internet.

Chip Power
Un proyecto que precede a 2020 fue la autoactivación del chip. Ante el cierre de tiendas, se implementó un procedimiento y solicitó regulación para una adecuada activación por parte del cliente. Para hacer este proceso amigable, diseñamos una aplicación y adjuntamos información en cada chip. De esta manera, pudimos utilizar eficientemente el reconocimiento de huella dactilar para asociar la identidad de cada cliente con el chip adquirido. En 2020 se autoactivaron 78 259 chips.



SMS gratuitos a cualquier operador
Habilitamos a nivel nacional el envío y la recepción gratuita de SMS a cualquier operador del Perú.

Acceso gratuito
Todos nuestros clientes pudieron acceder a las plataformas "Aprendo en Casa" y "Yo me Quedo en Casa" sin uso ni consumo de datos.



(Entel 2: Calidad del servicio)

7.1 Nuestros mercados

En 2020, nuestra base de clientes sobrepasó los 8,4 millones de suscriptores (clientes y usuarios). Este crecimiento significa un aumento de 3,0 % con respecto a 2019. En las conexiones de internet fijo, el ritmo de crecimiento se detuvo y marcó un retroceso de 3,9 % con respecto a 2019. La contracción más grande en este grupo se presentó en las líneas de telefonía fija, que retrocedieron en un 44 %

Número de clientes

Año	Número de usuarios base de suscriptores telefonía móvil	Conexiones de internet fijo	Líneas de telefonía fija
2017	6 511 079	84 078	55 072
2018	7 776 523	134 373	59 791
2019	8 211 802	146 033	70 128
2020	8 464 289	140 303	39 238

Nuestra cuota de mercado ha crecido sostenidamente en una tasa de 2 % anual desde 2017. Para 2020, alcanzamos el 23,8 % del mercado, 6,4 puntos porcentuales superior a la cuota de 2017.

Evolución de la cuota de mercado de clientes en telefonía móvil y telefonía fija inalámbrica

Año	Cuota de mercado
2017	17,4 %
2018	19,7 %
2019	21,7 %
2020	23,8 %

Usuarios por mercado

Género	Mercado personas	Mercado empresas
2017	88 %	12 %
2018	90 %	10 %
2019	91 %	9 %
2020	90 %	10 %

La portabilidad numérica ha sido un factor muy dinámico en las telecomunicaciones, ya que permite cambiar de operador manteniendo el mismo número. Esto beneficia al cliente, quien puede optar por mejores planes y servicios. Este ha sido uno de los indicadores más golpeados en la pandemia. En mayo de 2019 se registró el máximo histórico al alcanzar 995 mil líneas portadas para todo el sector. Sin embargo, esta cifra cayó por debajo del 50 % en todos los meses de 2020. Esto se reflejó en Entel con una disminución de 45,6 % con respecto a las líneas ganadas en portabilidad en 2019.

Migraciones a Entel por año

Año	Números de líneas
2017	1 361 470
2018	2 094 774
2019	1 921 358
2020	1 045 304

Las cifras de migraciones con destino a prepago, postpago o empresa también tuvieron un comportamiento irregular en 2020. En el caso de las migraciones a prepago, tuvieron un aumento de 55 % con respecto a 2019. En años anteriores, el crecimiento bordeaba el 30 % anual. En el caso de las migraciones a postpago, se produjo una desaceleración, pasando del 15,6 % en 2019 al 5,3 % en 2020.

Migraciones a Entel por mercado y año

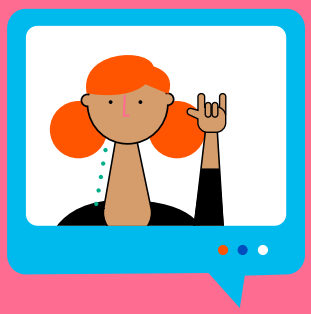
Año	A Prepago	A Postpago	
2017	251 293	190 296	196 176
2018	327 647	314 912	244 086
2019	416 801	363 952	832*
2020	646 107	383 066	865*

*Número de traslados de cliente persona a cliente empresa

Durante 2020, brindamos servicios a clientes prepago y postpago en el mercado personas. En este periodo, la cantidad de clientes prepago tuvo una pequeña reducción de -0,3 % con respecto al año anterior, manteniendo cifras similares desde 2018. Para el caso de clientes postpago, tuvimos un crecimiento de 35 % en comparación con 2019.

Número de clientes en mercado personas

Año	Prepago	Postpago
2017	4 285 790	712 456
2018	5 140 471	1 751 555
2019	5 188 184	2 057 489
2020	5 171 721	2 776 770



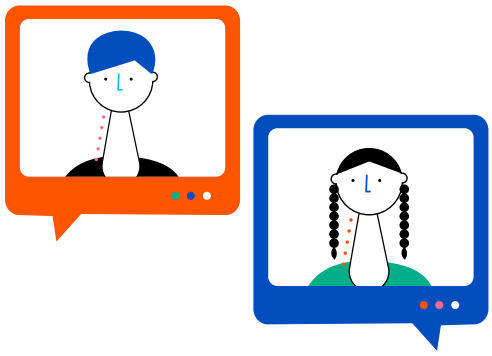
En lo referido al mercado empresas, durante 2020 superamos el millón de usuarios. Uno de los factores de este crecimiento fue la compra por parte del Ministerio de Educación de 135 468 dispositivos de Banda Ancha Móvil (BAM), que permiten el acceso a internet en las zonas con cobertura Entel. Cabe mencionar que en 2019, realizamos la migración de todas las líneas con RUC 10 (personas naturales con negocio) a mercado personas. Por ello la contracción indicada en la tabla.

Número de clientes y usuarios en mercado empresas

Año	Clientes	Usuarios
2017	246 421	810 995
2018	290 427	933 459
2019	59 529	767 571
2020	61 307	1 033 105

Número de líneas por sector en mercado empresas en 2020

Sector	Número clientes	% Clientes	Número de líneas	% Líneas
Alimentos y bebidas	1 893	3,09 %	8 895	1 %
Construcción y bienes raíces	4 544	7,41 %	24 726	2 %
Banca, finanzas y seguros	476	0,78 %	198 601	19 %
Transporte y agencias de aduanas	5 983	9,76 %	66 772	6 %
Industria	8 075	13,17 %	103 870	10 %
Comercio y distribución	19 388	31,62 %	138 092	13 %
Servicios	20 948	34,17 %	492 149	48 %
Total	61 307	100 %	1 033 105	100 %



(Entel 2: Calidad del servicio)

7.2. Canales de atención

Antes de la llegada de la pandemia, producida por el COVID-19, la gran mayoría de las transacciones con nuestros clientes se daba mediante canales presenciales. El cierre de tiendas y las restricciones de movilidad aumentaron considerablemente las interacciones por medio de canales remotos. En Entel estábamos preparados para una estrategia de atención remota pero tuvimos que redoblar esfuerzos para hacer de la implementación una buena experiencia para el cliente.

Por regulación del Estado, nuestras tiendas estuvieron cerradas desde el 16 de marzo hasta el 21 de junio de 2020.

Número de tiendas por categoría y año

TIPO DE TIENDAS	2017	2018	2019	2020
Tienda propias	25	22	18	18
Tienda franquiciada	140	121	110	86
Agentes autorizados (módulos administrados por terceros)	549	620	453	-

En lo que se refiere a la autogestión, la versión 2019 de nuestra App Entel alcanzó su límite de funcionalidad y pasamos a una nueva versión 2020. Entre los diversos beneficios de esta nueva App Entel, se tiene una mejor integración con otros sistemas de gestión de clientes, mayor funcionalidad y la oportunidad de ofrecer nuevas soluciones de autogestión. Como toda nueva solución, nuestra App Entel pasó por una etapa de adecuación y usabilidad por parte de los clientes. Si bien las soluciones de autogestión crecieron de manera significativa en 2020, nuestra estrategia se concentró en la atención remota.

Nuestros asesores remotos cobraron una mayor relevancia. Contábamos con protocolos de atención en canales de WhatsApp y redes sociales, que fueron potenciados por el rápido avance en los hábitos digitales de nuestros clientes y potenciales clientes. Destinamos un mayor número de asesores remotos, llegando a alcanzar hasta tres veces la cantidad de asesores que ya trabajaban con nosotros en enero de 2020.

Número de asesores por tipo y mercado por mes

Mercado	ENE 20	FEB 20	MAR 20	ABR 20	MAY 20	JUN 20	JUL 20	AGO 20	SET 20	OCT 20	NOV 20	DIC 20
Empresas	201	201	172	170	201	208	209	207	232	233	223	219
Personas Voz	973	973	48	452	979	1 105	1 330	1 448	1 448	1 448	1 200	1 102
Personas WhatsApp	167	195	197	190	182	342	306	338	399	470	393	356
% Asesores WhatsApp	14,6 %	16,7 %	80,4 %	29,6 %	15,7 %	23,6 %	18,7 %	18,9 %	21,6 %	24,5 %	24,7 %	24,4 %
Total	1 341	1 369	417	812	1 362	1 655	1 845	1 993	2 079	2 151	1 816	1 677

Asimismo, las interacciones realizadas en redes sociales, asesores, *bot*, chat y Whatsapp tuvieron un gran crecimiento, alzando picos de 527 % en su mayor mes, comparado con el año anterior. Estos canales integraron nuevas solicitudes como son recargas, pago de recibos, líneas adicionales y cambio de plan.

Número de interacciones mensuales 2019 y 2020

Año	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ANUAL
Conversaciones 2019	252 772	239 851	249 776	267 857	281 568	263 963	369 024	383 125	398 855	372 946	414 196	380 069	3 874 002
Conversaciones 2020	440 898	442 075	587 628	1 122 770	1 302 169	1 390 039	1 419 984	1 059 904	1 269 318	1 163 567	1 012 776	723 705	11 934 833
Variación mensual	174%	184%	235%	419%	462%	527%	385%	277%	318%	312%	245%	190%	308%

El cierre de tiendas nos obligó a replantear las necesidades de los clientes. Empezamos este nuevo camino elaborando protocolos de atención específico para la coyuntura. En marzo, habilitamos matrices de atención específicamente para los asesores, detallando a nuestros clientes procedimientos en fondo y forma. Estas matrices permitieron desarrollar una atención oportuna, asertiva y empática, considerando la sensible situación, tratando de darles soluciones específicas a sus necesidades. Durante la reapertura de tiendas hicimos un gran despliegue de comunicación, informando a nuestros clientes sobre otros canales de atención.

Nuestro objetivo era que los clientes solo visiten la tienda para solucionar los casos en los que la atención por otros medios no era posible. Se priorizó la atención remota dentro del marco regulatorio. Entre las solicitudes que requerían la presencia física de cliente en tienda se encuentran las relacionadas con reconexiones, desbloqueos de equipos, reposición de chips y equipos, entre otros.

El canal de entregas por delivery también se potenció en 2020. Nuestros envíos a domicilio continuaron operando durante la cuarentena, respetando los protocolos de bioseguridad necesarios y adecuándose a la regulación en pandemia. A lo largo de los meses, realizamos mejoras para cumplir con los tiempos de entrega. Durante este proceso tuvimos inconvenientes que superamos con el pasar de las semanas. Para agilizar dicho proceso, implementamos un nuevo punto de distribución, más cercano a nuestros clientes y con la ventaja de que funcionaba como canal alterno a los envíos. Además, se implementó un espacio en nuestro sitio web para realizar seguimiento. De esta manera los clientes estabann informados en todo momento sobre el estado de su pedido.

Estas mejoras también alcanzaron a nuestros clientes sordos, para quienes implementamos dos nuevos procesos de atención por WhatsApp junto con dos videos en donde se explica cuáles serían los pasos para adquirir una nueva línea desde casa o desde tienda:

- En casa: https://youtu.be/npzBg4-INjU
- En tienda: https://youtu.be/5v0XX426A3U

Envíos delivery por año

Año	Número
2020	406 730

7.3 Recomendación (NPS)

(Entel 4: Satisfacción de nuestros clientes, Entel 2: Calidad del servicio)

Tal como lo indicamos en nuestro Reporte de Sostenibilidad 2019, durante ese año se realizó el cambio de metodología para medir y evaluar la satisfacción de clientes y usuarios de empresas. El liderazgo en este tema se mantiene en el Área de Experiencia del Cliente. La gestión de este aspecto se realiza mediante el análisis de los pasos y momentos de vinculación que ocurren entre el cliente y nosotros. Esto se denomina viaje del cliente. En 2020, diseñamos nuevos viajes del cliente, adaptándonos a la nueva normalidad. Entre los principales tenemos: delivery, cambio de plan, facturación y autoactivado.

A partir de la experiencia del cliente, se aplican encuestas para medir el grado de recomendación o NPS. Los resultados de 2020 recogen el impacto que tuvo la pandemia en los diversos canales durante los meses de marzo a junio.

Promedio anual NPS por mercado

Mercado	2019	2020
Personas	41 %	34 %
Empresas	40 %	40 %

Ante esta coyuntura, se optimizó la gestión de inconvenientes. De esta manera, levantamos los puntos de dolor en la experiencia del cliente, analizamos la causa raíz y tomamos acciones para resolverlo. El resultado fue la disminución en el tiempo de atención, la mejora en los viajes del cliente y el cambio de tendencia hacia un desempeño más positivo del NPS.

La misma metodología de NPS es utilizada para medir nuestra recomendación en el sector. Según las mediciones realizadas por IPSOS, nuestros resultados a diciembre de 2019 y 2020 reflejan nuestro liderazgo como la empresa de telecomunicaciones con mejor recomendación en Perú.

NPS Mercado personas por operador

Año	Mercado personas	Entel	Movistar	Diferencia	Claro	Diferencia	Bitel	Diferencia
2019	Postpago	27	-10	-37	8	-19	20	-7
	Prepago	34	12	-22	22	-12	25	-9
2019	Postpago	39	-4	-43	14	-25	22	-17
	Prepago	38	16	-22	20	-18	21	-17

NPS Mercado empresas por operador

Año	NPS	Diferencia sobre la competencia (más lejano y más cercano) Empresas
2019	25 %	Brecha vs. Movistar: 49 % Brecha vs. Claro: 18 %
2020	29 %	Brecha vs. Movistar: 55 % Brecha vs. Claro: 21 %

Como todos los años, organizamos grandes eventos para reunir a nuestra comunidad de clientes. Ahora trasladamos nuestros principales eventos masivos a la virtualidad.

Entel Media Fest (EMF) 2020

Nuestro clásico evento de YouTubers constó de 3 episodios: EMF Beauty, EMF Gaming y EMF Music. Cada uno se enfocaba en comunidades específicas con distintos formatos de contenido y desafíos para jóvenes. Estos eventos tuvieron un alcance de 7,6 millones.

Auspiciamos el Freestyle Master Series (FMS) 2020

La primera liga peruana de Freestyle que constó de 9 jornadas y se realizó de manera virtual. FMS alcanzó los 230 mil conectados en vivo y más de 4,6 millones de visualizaciones en las jornadas con mayor público.

De igual manera, en el mercado empresas auspiciamos y desarrollamos acciones de relacionamiento que nos permitieron compartir herramientas y soluciones con nuestros clientes en un contexto cambiante.

Summerfest

Evento donde invitamos a nuestros clientes, como un tema de relacionamiento y fidelización.

Evento Google – Entel Empresas

Evento donde contamos sobre nuestra alianza con Google y los productos que tenemos junto a ellos para ofrecer a nuestros clientes.

Webinars Altag.

Auspiciamos seminarios de capacitación e invitamos a nuestros clientes y potenciales clientes.

EXPOPYME

Tuvimos presencia de marca y un stand virtual.

CADE

Empezó en noviembre 2020 pero por el cambio de gobierno terminó en enero de este año. Nuestra participación fue con presencia de marca y una charla sobre ciberataques que dio Cyril Deleare de Entel Ocean (Chile).

Webinars Producto

Liderado por el equipo de Producto de Empresas. Se realizaron entre 6 y 8 webinars por mes.

7.4 Infraestructura

(Entel 2: Calidad del servicio)

La conectividad y la calidad del servicio son dos de los atributos más reconocidos de nuestra oferta y también los más valorados durante la cuarentena de 2020. Nuestra reputación se sustenta en los años de experiencia y las obras que hemos realizado para ampliar nuestra cobertura con una red en constante mejora y actualización, apta para soportar el aumento exponencial que experimenta el tráfico de datos año a año. Este último fenómeno se agravó con la emergencia sanitaria.

En 2020, aumentamos en 175 las regiones con cobertura 4G. En Lima, sumamos once nuevas zonas con cobertura 4G y fuera de Lima, estas nuevas regiones con cobertura crecieron en 178. En lo que se refiere a antenas, aumentamos el número de antenas 4G en 153 % con un crecimiento en Arequipa, La Libertad y Lambayeque en donde superamos las 100 antenas por territorio. De igual manera, iniciamos la instalación de las antenas 5G en Lima, Arequipa, La libertad y Lambayeque. En 2020, tuvimos un crecimiento exponencial en el número de antenas Ran Sharing. Es decir, antenas compartidas no colocadas por Entel en donde tenemos presencia. Esta cifra creció en 336 % comparado con 2019.

Territorios con cobertura por tipo y año

AÑO	2G	3G	4G
2016	6 255	6 232	1 984
2017	6 916	6 893	3 400
2018	6 625	6 625	3 514
2019	6 627	6 627	3 542
2020	6 638	6 694	3 717

Antenas por tipo y año

AÑO	2G	3G	4G	5G y otros	RAN Sharing
2019	93	320	449	0	143
2020	973	1 119	1 135	237	624

Nuestra fibra óptica aumenta cada año. Al cierre de 2020, contábamos con 3 943 km de fibra óptica construida. De este total 3 112 km se encuentran en Lima y 831, en las principales ciudades. Durante 2020, construimos 932 km de fibra óptica.

Nuestras tasas de accesibilidad a voz, datos y llamadas caídas sobre realizadas confirman la calidad de nuestro servicio y la pronta respuesta ante cualquier inconveniente.

Tasa promedio de accesibilidad a voz y datos

Año	Red	Voz	Datos
2017	2G / 3G / 4G	99,77 %	
2018	2G	99,76 %	99,85 %
	3G	99,80 %	99,64 %
	4G	99,68 %	99,86 %
2019	2G	99,86 %	99,90 %
	3G	99,80 %	99,66 %
	4G	99,64 %	99,81 %
2020	2G	99,77 %	99,96 %
	3G	99,72 %	99,63 %
	4G	99,73 %	99,84 %

Tasa promedio de llamadas caídas sobre llamadas realizadas

Año	Red	Tasa
2017	2G / 3G	0,46 %
2018	2G	0,63 %
	3G	0,35 %
	4G	0,08 %
2019	2G	0,72 %
	3G	0,41 %
	4G	0,10 %
2020	2G	0,65 %
	3G	0,46 %
	4G	0,09 %

7.5 Cumplimiento

(GRI 419-1, 102-48, 416-1)

Como empresa comprometida con el desarrollo, creemos que el bienestar de los clientes y la comunidad requiere normas y criterios estables que permitan a cualquier empresa evaluar sus acciones y futuras inversiones. Durante la mayor parte de 2020, nuestra responsabilidad en este aspecto se concentró en adecuarnos y acatar la normativa emitida diariamente, así como establecer espacios de retroalimentación con los entes reguladores y el Estado, con el objetivo de reducir los impactos negativos en nuestros clientes y comunidad.

El inicio de la cuarentena trajo innumerables cambios regulatorios en los aspectos laboral, tributario, comercial, sanitario, de contratos, entre otros. Dichos cambios fueron comunicados desde el Gobierno, muchas veces con poca participación empresarial.

En 2020, pagamos 151 UIT en multas, correspondientes a tres procesos iniciados en los años 2013, 2014 y 2019.

Monto de multas pagadas a OSIPTEL y sanciones no monetarias

Año	S/	Sanciones no monetarias
2017	931 930,25	6
2018	1 515 604,00	1 (PAS iniciado en 2018, pero concluido en 2019)
2019	845 945,00	1 (PAS iniciado en 2018)
2020	734 831,00	Ninguna

Procesos sometidos a resolución de litigios ante INDECOPI y el Poder Judicial por aspectos negativos de nuestras comunicaciones y la información que ofrecemos

Año	Procesos en trámite al cierre del año	Procesos resueltos al cierre del año	Indecopi / Poder Judicial	Total
2019	9	2	0	11
2020	5 (INDECOPI) 2 (Poder Judicial)	3 (INDECOPI)	1 (Contencioso Administrativo)	11

En cuanto a la gestión de las radiaciones no ionizantes, nos regulamos por lo requerido en la Ley nro. 29022, Ley para la expansión de infraestructura en telecomunicaciones. El reglamento de esta Ley, modificado en 2019, establece que cada vez que nosotros instalamos una infraestructura (antena), tenemos que, a los 30 días de instalada, hacer una medición de las radiaciones no ionizantes e informar al Ministerio de Transportes y Comunicaciones sobre los resultados. En 2020, no hemos recibido ninguna multa ni sanción por incumplimiento de este reglamento. Los resultados de nuestras mediciones siempre han permanecido dentro de los límites máximos permisibles y a una distancia mínima con respecto a la población.

En algunos casos, las autoridades municipales establecen sus criterios propios fuera de los requeridos por la Ley. Estas situaciones son atendidas individualmente y, en muy pocas ocasiones, suponen una oposición de la Municipalidad o de los vecinos.

Número de oposiciones vecinales y municipales a la instalación de antenas

Año	Oposiciones
2019	1
2020	3

8

Nuestra organización

Javier llevaba varios meses trabajando con materiales publicitarios y ya había encontrado la fórmula para el verde correcto de tal empresa o el rojo de tal otra. A pesar de su habilidad, siempre debía estar al lado de su máquina, cuidándola, mirándola, escuchando cada tornillo descalibrado que podría arruinar la producción o peor aún, la máquina misma. Por otro lado, su socia y esposa iba por todo Lima realizando las entregas. Mientras la producción avanzaba, ellos no se detenían.

Sus clientes más importantes eran grandes empresas de publicidad y merchandising. Estas, a su vez, debían negociar con las grandes marcas para asegurar un precio competitivo que les permita trabajar.

Los lunes y los jueves se sentaban a revisar los pagos y las cuentas por cobrar. Debían tener bien controlada esta entrada de dinero, ya que ellos también debían pagar a los proveedores de insumos, telas, tinta, repuestos y otros. La cadena continuaba, se extendía y unía en una sola compra a muchas empresas. Si uno de ellos demoraba o no se podía pagar, empezaba el efecto dominó. Si varios caían en la misma situación todos los juegos de dominó colapsarían y la máquina que estampa polos tendría que apagarse.

Empezaba la semana y las cuentas empezaban a acumularse. Los trabajos ya habían sido entregados pero el pago seguía pendiente. La pareja había decidido priorizar los encargos de empresas grandes, por el cumplimiento en pagos. "El riesgo es menor", pensaban. Sin embargo, la parte más difícil era enfrentar a sus proveedores, dueños de empresas de capitales aún menores, a quienes hubo que pedirles replantear plazos, cuando el trabajo y los ingresos eran escasos.

8.1 Estructura

(GRI 102-5, 102-18)

Entel Perú tiene la figura legal de una sociedad anónima.
Sus accionistas son:

54,1% acciones
Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A.

44,9% acciones
Empresa Internacional SpA Telecomunicaciones S.A.

1% acciones
Entel inversiones

El Gobierno Corporativo de Entel es responsable de supervisar la gestión ejecutiva de la empresa y asegurar la creación de valor en el largo plazo, velando por la aplicación de los principios de gobernanza y la mantención de buenas relaciones con los grupos de interés.

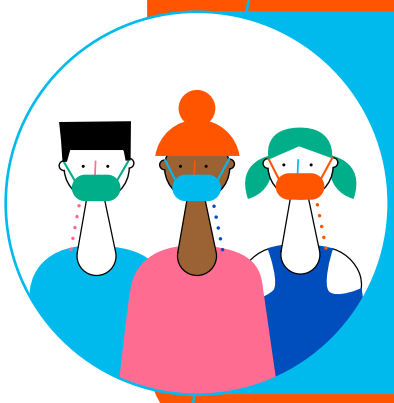
El máximo ente rector del Gobierno Corporativo es el Directorio, que representa a los accionistas. Como lo indica la Ley, una vez al año se realiza la Junta Ordinaria de Accionistas para dar cuenta de la gestión anual de la compañía y definir los principales lineamientos y representantes para la toma de decisiones en los siguientes períodos.

Al cierre de 2020 nuestro directorio estaba conformado por:

- **Alfredo Parot**, ingeniero civil (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- **Antonio Büchi**, ingeniero civil (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- **Felipe Ureta**, ingeniero comercial (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- **José Luis Poch**, ingeniero comercial (Pontificia Universidad Católica de Chile)
- **Juan José Hurtado**, ingeniero civil (Universidad de Chile)
- **Luis Felipe Gazitúa**, ingeniero comercial (Universidad de Chile)
- **Martín Pérez Monteverde**, administrador (Universidad del Pacífico), empresario, político y exministro de Comercio Exterior y Turismo
- **Richard Büchi**, ingeniero civil (Universidad de Chile) y MBA (Escuela Wharton de Negocios en la Universidad de Pennsylvania)
- **Sebastián Domínguez Philippi**, ingeniero civil industrial (Pontificia Universidad Católica de Chile) y master en Economía (Universidad de Cambridge)

Nuestro directorio contiene los siguientes comités:

- **Comité de Personas**
- **Comité de Empresas**
- **Comité Técnico (redes)**
- **Comité Comercial (TI y mercados)**
- **Comité de Diversidad e Inclusión**
- **Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo**
- **Comité de Crisis**



El Directorio es el responsable de designar al gerente general. Desde abril de 2017 hasta la actualidad, esta posición ha sido liderada por Ramiro Lafarga, máster en Economía y Administración de Empresas con Especialidad en Telecomunicaciones. Reportan a la Gerencia General las Vicepresidencias de Mercado Empresas; Mercado Personas; Redes; y TI y Procesos, además de las Gerencias Centrales de Auditoría, Planeamiento Estratégico, Riesgos y Negocio Mayorista; Legal, Regulatorio y Relaciones Institucionales; Capital Humano; y Finanzas y Control de Gestión. En el siguiente nivel se encuentran 64 gerencias.

8.2 Prevención de delitos y auditoría

Para Entel, transformar responsablemente la sociedad implica llevar y promover un comportamiento ético, respetando el cumplimiento legal y el bienestar de nuestros grupos de interés. Rechazamos cualquier comportamiento en nuestra esfera de influencia que vaya en contra de estos principios. Por ello, hemos conformado un sistema ético compuesto por una serie de políticas, normas y procedimientos que entregan una guía de conducta en un entorno empresarial, de manera clara, precisa y coherente con la cultura que deseamos.

Nuestro principal documento es el Código de Ética, el cual fue actualizado, comunicado e incluido en nuestras capacitaciones a partir del mes de septiembre de 2020. En esta nueva versión se mejoró el canal de denuncias y se hicieron cambios al capítulo de colaboradores.

Otro de los documentos clave de nuestra gestión es el Modelo de Prevención de Delitos (MPD) basado en la Ley Nro. 30424, Ley que regula la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas por el delito de cohecho activo transnacional. El MPD es nuestro principal mecanismo de defensa ante eventos de corrupción. Comprende políticas de control y fiscalización, así como un oficial de Cumplimiento, que es designado por el Directorio y es responsable de aplicar este modelo con plena autonomía. Además, recibe e investiga las denuncias sobre estas materias, presentadas a través de los canales operativos en Entel.

En 2020 se pudo completar el 94 % del Plan de Auditoría Interna. Esto debido al tiempo de adecuación requerido en las áreas para ser auditadas en remoto. Además del ingreso de nuevas áreas que se suman al plan de auditoría por su repentina relevancia, como fue el caso del procedimiento de delivery o la verificación de validación de contratos con no presencialidad.

(GRI 102-45, 201-1, Entel 5: Respuesta frente a la pandemia)

8.3 Gestión financiera

El año 2020 estuvo marcado por el inicio de la pandemia del COVID-19, que generó el estado de emergencia y el aislamiento social obligatorio. Las medidas de confinamiento fueron de las más estrictas de la región y limitaron la realización de actividades económicas, que fueron reactivándose mediante fases que comenzaron en el mes de mayo. Asimismo, además de este contexto de emergencia sanitaria, se acentuó la incertidumbre política. Como consecuencia de este contexto, el PBI sufrió una contracción de 11 % en 2020. En términos sectoriales, solo la pesca y agropecuarios presentaron crecimiento en el año, mientras que los sectores más golpeados fueron comercio, construcción, manufactura y minería.

En materia regulatoria, 2020 fue el año de la gestión de la crisis regulatoria generada por la pandemia y del avance hacia la era 5G. Luego de la declaratoria del estado de emergencia por el COVID-19, el regulador prohibió la suspensión del servicio por deuda, la contratación de servicios y portabilidad. Se realizó un arduo trabajo para reactivar las operaciones de la empresa, con ocho protocolos de bioseguridad, mecanismos innovadores como el autoactivado, prestaciones reducidas y políticas de fraccionamiento, que permitieron retomar paulatinamente las actividades comerciales y el despliegue, en mayor medida desde el segundo semestre del año. En materia de bandas y espectro radioeléctrico, durante el último trimestre del año, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones habilitó el registro de nuevos servicios, como el móvil en la banda 3 500. Asimismo, se publicó para comentarios un documento de trabajo con los lineamientos de la subasta de espectro 5G (3,5 Ghz y 26 Ghz), como paso inicial para consolidar el camino hacia la desfragmentación y uso eficiente del espectro de la banda 3 500, como parte del proceso de subasta que se realizaría en los años 2021 y 2022.

El sector telecomunicaciones en Perú también se vio afectado por las medidas de confinamiento y las restricciones a las actividades económicas. Desde el inicio de la cuarentena hasta el mes de mayo, la mayor parte de las tiendas estuvieron cerradas y hubo restricciones a la venta, portabilidad y activación de nuevas líneas móviles y accesos fijos.

Los ingresos del sector se contrajeron en 6 % para diciembre de 2020, impactados en mayor medida por una caída de 28 % en la industria de terminales debido a los meses de restricción en venta por el estado de emergencia. Por otro lado, los ingresos por servicio cerraron con un retroceso de -1 %, lo que estuvo en línea con el impacto del sector por la pandemia y la caída en cargos de interconexión. Los servicios fijos experimentaron un crecimiento de 2 % asociado principalmente a mayores ingresos por banda ancha (+5 %).

De manera específica, nuestro desempeño financiero fue impactado durante los primeros meses de la cuarentena, recuperando el ritmo de venta de equipos a partir del tercer trimestre. A este impacto, se sumó la gestión de cobranza producida por la prohibición de suspensión por no pago por parte de OSIPTEL. Por ello, nuestros montos de recaudación cayeron entre marzo y junio ubicándose por debajo del promedio de 2019. Aproximadamente el 20 % del Mercado Personas y el 20 % del Mercado Empresas en la categoría PYME accedieron a los beneficios y fraccionamientos. Gracias a este esfuerzo, pudimos revertir la tendencia. La confianza de nuestros clientes nos ha permitido cumplir parcialmente nuestras metas planteadas en 2019.

Recaudación mensual 2020

Mes	Monto de recaudación (Millones S/)
enero	225,52
febrero	213,34
marzo	186,02
abril	167,19
mayo	166,88
junio	178,43
julio	230,21
agosto	229,14
setiembre	232,92
octubre	238,10
noviembre	237,47
diciembre	277,25
Promedio mensual en 2019	**203,41**

Venta de equipos

Trimestre	Cantidad	Monto (S/)
IQ 2019	402,606	179 741,625
IIQ 2019	463,763	214 046,841
IIIQ 2019	459,462	219 025,973
IVQ 2019	463,892	261 475,942
IQ 2020	312,135	178 362,645
IIQ 2020	80,494	42 100,119
IIIQ 2020	367,873	218 226,679
IVQ 2020	485,750	320 351,724

8.4 Ingresos económicos y distribución

(GRI 201-1, 102-10)

Estos son términos definidos por la Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración de reportes de sostenibilidad. El Valor Económico Generado (VEG) se refiere a las ventas directas u otros ingresos de la empresa. Venta directa se refiere a los productos o servicios dentro del core del negocio que han sido adquiridos por los clientes. Otros ingresos de la empresa pueden referirse a ventas de propiedades, préstamos, alquileres, derechos comerciales, derechos de propiedad intelectual, patentes, entre otros, fuera de la venta directa. El Valor Económico Distribuido (VED) se refiere a los costos operacionales, salarios y beneficios de trabajadores, pagos a proveedores de capital, pagos al Gobierno e inversiones en la comunidad realizados por la empresa.

En 2020, el total de ingresos brutos se mantuvo similar a 2019 con un ritmo de crecimiento de 1,9 %. El VED indicó un retroceso de -29 % con respecto al periodo anterior. Sin embargo, la proporción del gasto del VED se mantuvo. De esta manera, el rubro "pago a proveedores de bienes, servicios e insumos" representó 83,4 % del total del VED 2020, cifra similar a los 88,3 % de 2019. En este rubro se han realizado reducciones presupuestales importantes. Cabe destacar el pago de planilla (salarios) y beneficios a trabajadores cuyo monto casi no varió con respecto a 2019 (-1 %).

Con respecto al revenue share, nos hemos colocado en una de las posiciones más altas del mercado al cierre de 2020, lo que reafirma la rentabilidad de nuestra gestión.

Valor económico generado, distribuido y retenido

	S/ 2017	S/ 2018	S/ 2019	S/ 2020
Valor económico generado	**1 890 824 364,50**	**2 509 177 058,23**	**3 216 469 849,41**	**2 920 179 315,15**
Total de ingresos brutos	1 853 683 336,52	2 461 745 895,02	2 766 580 960,52	2 810 044 487,54
Total de otros ingresos	37 141 027,98	47 431 163,21	449 888 888,89	110 134 827,61
Valor económico distribuido	**903 402 334,40**	**3 965 103 738,63**	**3 776 981 778,27**	**2 680 497 634,78**
Pagos a proveedores de bienes, servicios e insumos	538 812 536,00	3 509 512 028,00	3 335 059 511,61	2 236 438 709,11
Pagos por alquileres de locales y propiedades inmuebles	25 900 843,70	38 566 882,94	38 570 195,65	43 130 814,67
Pagos totales por licencias de funcionamiento a municipalidades	90 084,53	13 028,55	569 430,61	196 159,22
Pagos por cursos externos de capacitación	1 323 958,55	1 435 680,34	1 395 130,99	484 650,87
Pagos de planillas y beneficios de ley	251 214 591,55	297 650 680,89	281 451 812,54	278 741 155,28
Pagos totales por indemnizaciones a colaboradores	5 007 931,04	19 575 196,78	10 153 914,29	11 842 386,23
Total pago de impuestos	21 780 857,00	27 422 519,87	33 045 580,75	29 050,406
Total pago por uso de bandas (espectro)	56 434 063,00	63 943 859,23	73 154 090,48	77 348 776
Total pago de multas	2 398 269,03	6 690 599,03	3 377 973,75	3 126 627,25
Total pago por donaciones a ONG	300 000,00	293 263,00	204 137,60	137 950,0
Total pago por donaciones a las comunidades por actividades de mediación	**139 200,00**	**-**	**-**	**-**
Valor económico retenido	**987 422 030,10**	**1 455 926 680,40**	**560 511 928,86**	**239 681 680,37**

EBITDA anual

Año	Millones US$
2019	179,02
2020	127,86

Revenue share anual

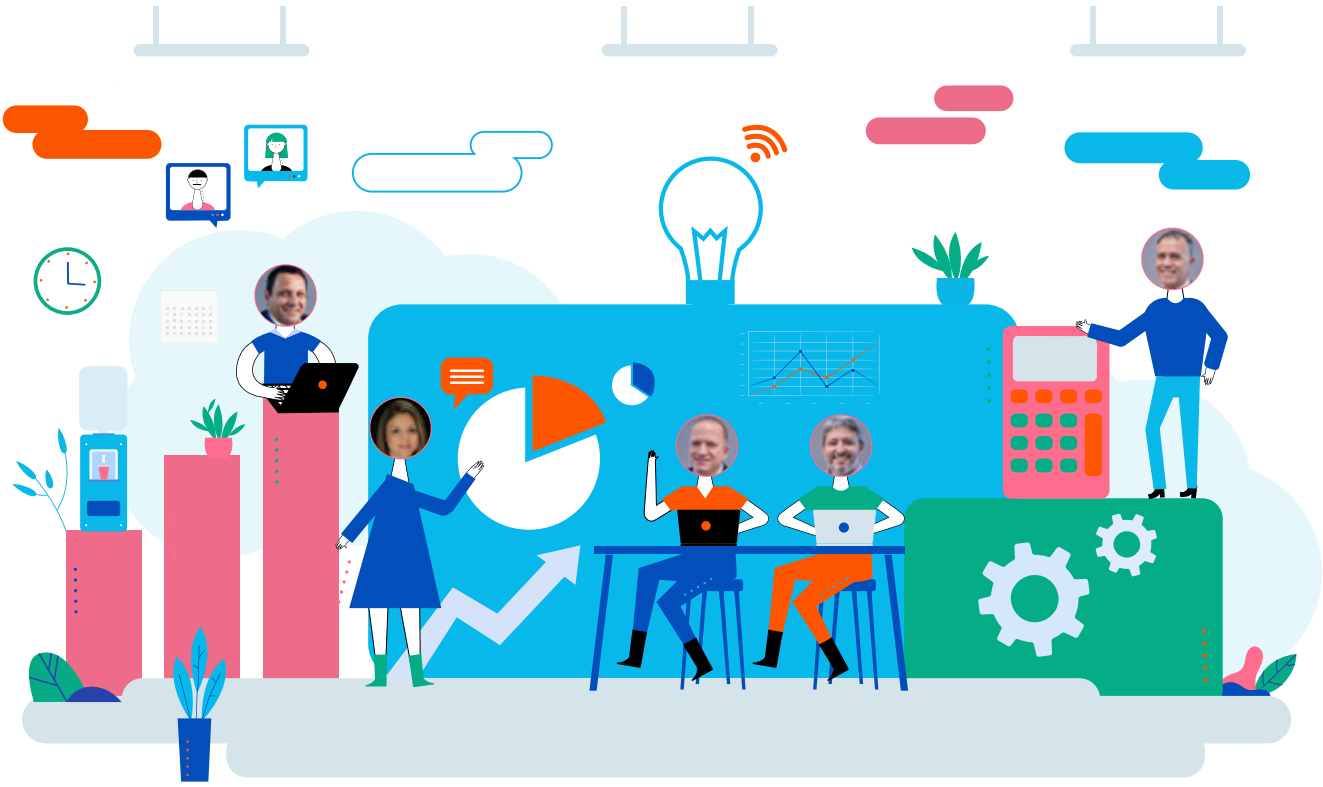
Año	Millones US$
2019	25,00 %
2020	26,90 %

Patrimonio

Año	S/
2017	1 649 057 000,00
2018	1 698 827 312,79
2019	4 319 736 139,67
2020	3 817 271 141,09

Ingresos por mercado

Año	Personas (S/)	Empresas (S/)
2017	1 644 063 109,71	636 277 641,74
2018	1 769 734 867,30	627 246 461,64
2019	2 315 176 296,75	482 801 554,19
2020	2 325 379 330,44	413 177 093,55



9.5 Gestión con proveedores

(GRI 102-9)

Durante 2020, fortalecimos nuestra relación con los proveedores, estableciendo mejores canales de comunicación y normas para evitar la expansión del COVID-19. Entre las acciones tomadas, evitamos las reuniones presenciales, potenciamos herramientas digitales y de teletrabajo para la realización de procedimientos, entregamos insumos de higiene y seguridad para sus labores, restringimos sus actividades a las estrictamente necesarias y reforzamos de manera constante los protocolos sanitarios vigentes.

Además, articulamos nuestro trabajo con estas empresas, procurando darles flexibilidad en la prestación de sus servicios. Asimismo, anticipamos la caída en la demanda de personal para que, a su vez, pudieran tomar medidas que reduzcan este impacto.

Entel tuvo especial cuidado en no afectar la cadena de pago de las pequeñas y medianas empresas, en muchos casos, adelantando pagos parciales por productos o servicios que se tomarían en el año. En el caso de las grandes empresas, se acordaron nuevas fechas de pago que fueron cumplidas en su totalidad.

En 2020 continuamos con el proceso de homologación de proveedores. Tras la realización de revisiones, se adjunta la información actualizada desde 2017. Gracias a estos procesos, al cierre de 2020 contábamos con 275 proveedores con homologación vigente, que representan un 70 % del gasto de compras.

Número de proveedores por tipo y año

AÑO	BIENES	SERVICIOS
2017	283	483
2018	365	623
2019	265	741
2020	121	778

Monto de compras a proveedores por año

AÑO	US$
2017	538 812 536,00
2018	601 397 190,00
2019	697 860 346,00
2020	617 800 748,37

Número de proveedores homologados por año

Año	Nro. de empresas que ingresaron al proceso de homologación	Nro. de empresas homologadas	Porcentaje
2017	40	33	83 %
2018	194	168	87 %
2019	206	144	70 %
2020	161	144	89 %

8.6 Gestión de riesgos

(GRI 102-15, 102-29)

Nuestro modelo de gestión de riesgos establece el marco metodológico para que nuestras diferentes gerencias puedan identificar oportuna y preventivamente los riesgos estratégicos, tácticos y operativos, de modo que se establezcan acciones de control o mitigación efectivas. Este marco de acción cumple con los requisitos de la norma internacional ISO 31000 sobre gestión del riesgo.

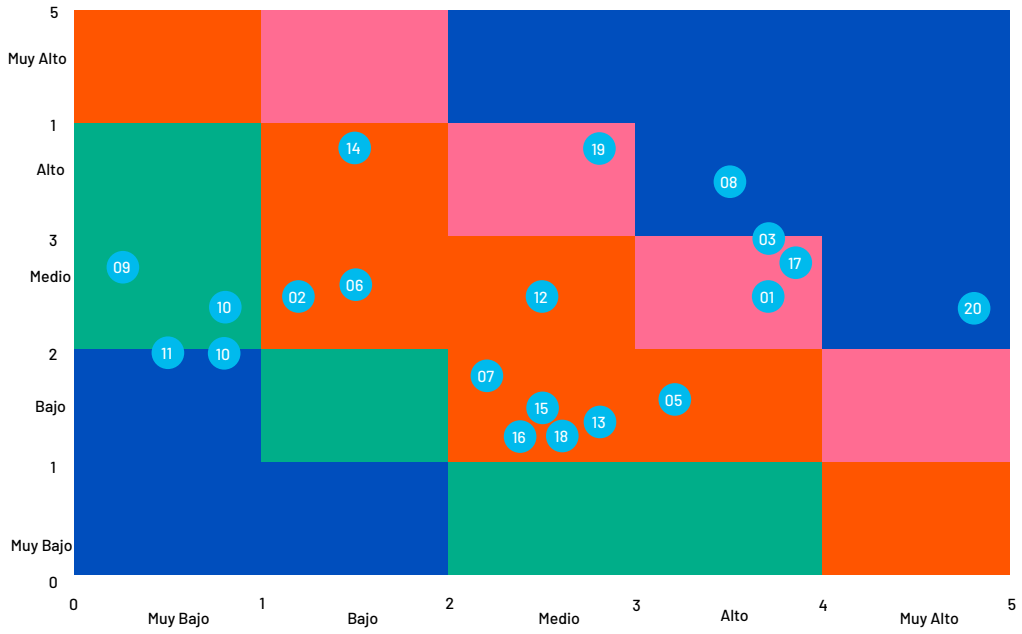
Su funcionamiento involucra a toda la empresa con el fin de integrar distintas visiones: la mirada estratégica de la alta dirección, la táctica de los mandos medios y la operativa de los colaboradores claves en los diferentes procesos. Para ello, se les capacita y cuentan con el apoyo de la Gerencia de Auditoría y nuestra Área de Riesgos Empresariales.

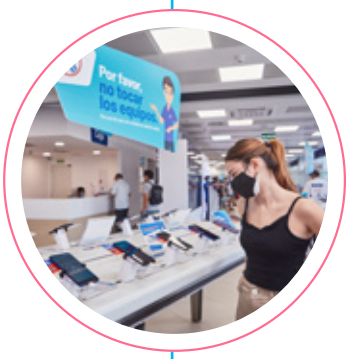
Con una identificación temprana de riesgos, Entel ha logrado enfrentar de buena forma los desafíos que impusieron la crisis social y la pandemia. Esto ha exigido ajustar permanentemente nuestro mapa de riesgos estratégicos, incorporando nuevos, ampliando el enfoque de algunos ya incluidos y mejorando ciertas medidas de mitigación.

Riesgos empresariales 2020 -2021

1. Afectación de ingresos por cambios económicos y sociales (recesión económica)
2. Actualización tecnológica y crecimiento digital (TDE)
3. Seguridad de la información (ciberseguridad)
4. Atracción y retención de talentos de nuevas capacidades tecnológicas y digitales
5. Gestión de continuidad de negocios
6. Rentabilización del modelo de negocios (eficiencia)
7. Competidores nuevos, no tradicionales o más agresivos
8. Incumplimientos regulatorios, éticos y normativos
9. Reputación, marca e imagen corporativa
10. Responsabilidad solidaria y contingencias laborales con terceros
11. Generación de nuevos productos y servicios rentables
12. Financiamiento / gestión de capital de trabajo
13. Tasa de cambio
14. Adaptación de los negocios ante el entorno digital acelerado
15. Fraude interno y externo
16. Despliegue Modelo de Negocios 5G
17. Convergencia fijo - móvil
18. Adherencia del capital humano a la cultura corporativa digital
19. Marco regulatorio cambiante
20. Pandemia

Mapa Macro Riesgos Empresariales - Perú 2020 -2021





10 índice de contenidos GRI

GRI MATERIALITY DISCLOSURES SERVICE 2021

Para el Materiality Disclosures Services, GRI Services ha revisado que el índice de contenidos de GRI sea claro, y que las referencias para los Contenidos 102-40 a 102-49 correspondan con las secciones indicadas del reporte.

(GRI 102-55)

Estándar GRI		Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016						
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN						
GRI 102: Contenidos Generales 2016	**102 - 1**	Nombre de la organización			13	-
	102 - 2	Actividades, marcas, productos y servicios		ODS 1	13, 14	-
	102 - 3	Ubicación de la sede			13	-
	102 - 4	Ubicación de las operaciones			13	-
	102 - 5	Propiedad y forma jurídica			66	-
	102 - 6	Mercados servidos		ODS 1	13	-
	102 - 7	Tamaño de la organización			6, 13	-
	102 - 8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Principio 6		27, 31	-
	102 - 9	Cadena de Suministro			72	-
	102 - 10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro			7, 70	-
	102 - 11	Principio o enfoque de precaución			16	-
	102 - 12	Iniciativas externas			15	-
	102 - 13	Afiliación a asociaciones			15	-
ESTRATEGIA						
	102 - 14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones			3	-
	102 - 15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	Principio 10		73	-

ÉTICA E INTEGRIDAD					
102 - 16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Principio 10	ODS 5	15, 29	-
GOBERNANZA					
102 - 18	Estructura de gobernanza			66	-
102 - 29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Principio 10		73	-
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS					
102 - 40	Lista de grupo de interés			7, 8	-
102 - 41	Acuerdos de negociación colectiva	Principio 3		No se cuenta con sindicatos ni acuerdos de negociación colectiva	-
102 - 42	Identificación y selección de grupos de interés			7, 8	-
102 - 43	Enfoque para la participación de los grupos de interés			7	-
102 - 44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Todos		7, 8, 10	-
PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE INFORMES					
102 - 45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados			68	-
102 - 46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema			10, 11	-
102 - 47	Lista de temas materiales			10, 11	-
102 - 48	Reexpresión de la información			25, 63	-
102 - 49	Cambios en la elaboración de informes			10	-

102 - 50	Periodo objeto del informe			7	-
102 - 51	Fecha del último informe			7	-
102 - 52	Ciclo de elaboración de informes			7	-
102 - 53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe			82	-
102 - 54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI			7	-
102 - 55	Índice de contenidos GRI			75	-
102 - 56	Verificación externa			Este reporte no ha pasado por procesos de verificación ni auditoría externa	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
	DESEMPEÑO ECONÓMICO				
103 - 1	Explicación del tema material y sus coberturas	Principio 8 y 9	ODS 8 Y 9	68 - 72	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 8 y 9	ODS 8 Y 9	68 - 72	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 8 y 9	ODS 8 Y 9	68 - 72	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 201: Desempeño económico 2016					
	DESEMPEÑO ECONÓMICO				
201 - 1	Valor económico directo generado y distribuido	Principio 8 y 9	ODS 8 y 9	68,70	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
	IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS				
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas		ODS 4	16 - 26	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes		ODS 4	16 - 26	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión		ODS 4	16 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016					
IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS					
203 - 02	Impactos económicos indirectos significativos		ODS 4	16	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
EMISIONES					
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25 - 26	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25 - 26	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 305: Emisiones 2016					
EMISIONES					
305 -1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25	-
305 -2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25	-
305 -3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	Principios 7,8 y 9	ODS 13	25	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018					
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas		ODS 8	36 - 39	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes		ODS 8	36 -39	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión		ODS 8	36 -39	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018					
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO					
403 -1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo		ODS 8	36	-
403 -2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes		ODS 8	36	-
403 -4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo		ODS 8	36	-
403 -5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo Contenido 403-6 Fomento de la salud de los trabajadores		ODS 8	36	-
403 -9	Lesiones por accidente laboral		ODS 8	36	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA					
103 -1	Explicación del tema material y sus Coberturas	Principio 6	ODS 4	43 - 46	-
103 -2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 6	ODS 4	43 - 46	-
103 -3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 6	ODS 4	43 - 46	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 404: Formación y enseñanza 2016					
FORMACIÓN Y ENSEÑANZA					
404 -1	Media de horas de formación al año por empleado	Principio 6	ODS 4	43	-
404 -3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	Principio 6	ODS 4	46	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
COMUNIDADES LOCALES					
103 -1	Explicación del tema material y sus Coberturas	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-
103 -2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-
103 -3	Evaluación del enfoque de gestión	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16 - 26	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 413: Comunidades locales 2016					
COMUNIDADES LOCALES					
413 -1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Principio 1 y 2	ODS 4, 10 y 12	16	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES					
103 - 1	Explicación del tema material y sus Coberturas	Principios 1 y 2		63 - 64	-
103 - 2	El enfoque de gestión y sus componentes	Principios 1 y 2		63 - 64	-
103 - 3	Evaluación del enfoque de gestión	Principios 1 y 2		63 - 64	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 416: Salud y Seguridad de los Clientes 2016					
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES					
416 - 1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de los productos y servicios	Principios 1 y 2		63	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 103: Enfoque de gestión 2016					
CUMPLIMIENTO SOCIO ECONÓMICO					
103-1	Explicación del tema material y sus Coberturas			63 - 64	-
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes			63 - 64	-
103-3	Evaluación del enfoque de gestión			63 - 64	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
GRI 419: Cumplimiento Socioeconómico 2016					
	CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO				
419 -1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico			63	-

Estándar GRI	Contenido	Principio	ODS	Página	Omisión
Temas materiales propios de Entel Perú					
	Entel 1 Calidad del empleo	Principio 4, 5 y 6	ODS 4, 5 y 8	27 - 50	-
	Entel 2 Calidad del servicio		ODS 1	54 - 62	-
	Entel 3 Gestión con los medios de comunicación			23	-
	Entel 4 Satisfacción de nuestros clientes		ODS 1	59 - 60	-
	Entel 5 Respuesta frente a la pandemia	Principio 1 y 2	ODS 1 y 8	18, 36, 51, 68	-

(GRI 102-53)

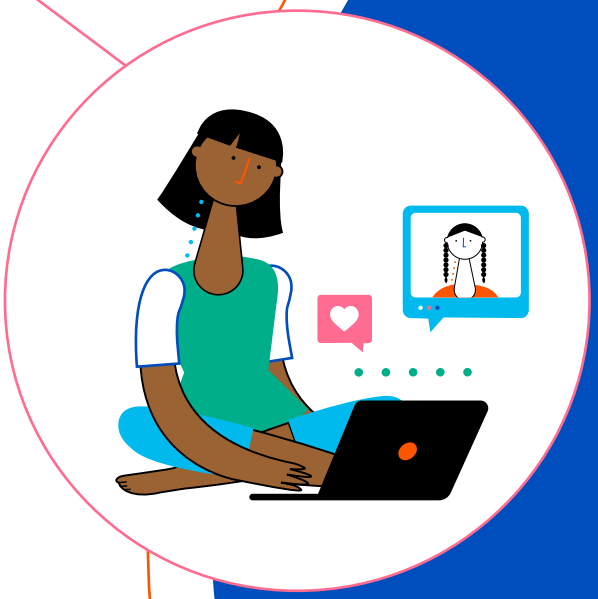
Invitamos a nuestros grupos de interés a compartir sus opiniones, consultas y/o sugerencias referentes a nuestro "Reporte de Sostenibilidad 2020" a:

Dirección: Av. República de Colombia 791, San Isidro, Lima - Perú

Correo: sostenibilidad@entel.pe

Para revisar las últimas noticias sobre Entel Perú, visite **www.entel.pe**

Con la asesoría de CTC Consultores: informes@ctc.la



Elaboración de contenidos GRI: Ricardo Cuba – CTC Consultores

Revisión: María Claudia Tang y Pierina Baldovino – Entel Perú

Aprobación: Rosa Bonilla – Entel Perú

Diseño e ilustración: Motoneta

Fotografía y caricaturas de trabajadores: El Grito Producciones

Corrección y edición de texto: Leonardo Lay